

E-bokmyten og andre retoriske midler.

En kartlegging av e-bokdebatten i norske aviser 2012

Linn Carina Hovelsaas Nerli



Masteroppgave ved institutt for litteratur, områdestudier
og europeisk språk.

UNIVERSITETET I OSLO

Vår 2015

E-bokmyten og andre retoriske midler.

*En kartlegging av e-bokdebatten i norske aviser
2012.*

© Linn Carina Hovelsaas Nerli

2015

E-bokmyten og andre retoriske midler. En kartlegging av e-bokdebatten i norske aviser 2012

Linn Carina Hovelsaas Nerli

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

I denne oppgaven kartlegges e-bokdebatten i norske aviser, 2012. Temaet diskuteres ofte i løpet av året. Jeg har valgt å følge debatten i fire aviser: *Aftenposten*, *Dagbladet*, *Dagens Nærings liv* og *Klassekampen*. Det er flere temaer som går igjen: prisen på e-bøker, moms, den trege utviklingen, og om e-boken burde innlemmes i en eventuell boklov.

Det er spesielt interessant å kartlegge *Aftenpostens* side i debatten. Redaksjonen i denne avisen driver nærmest en kampanje mot forlagsbransjen. Mange artikler skrives om bransjens vertikale maktsentrering, og den dårlige e-bokløsningen. Flere aktører og argumenter går igjen, men det er ett poeng som tas opp så ofte at det får et mytisk preg. Flere aktører mener at de største forlagene har laget den dårlige e-bokløsningen med vilje. De største forlagene har kjøpt tre av de største bokhandelkjedene, og et norsk e-bokmarked vil true de tradisjonelle bokhandelene.

I kartleggingen av e-bokdebatten har jeg valgt å bruke de retoriske midlene *etos*, *patos* og *logos*. Tradisjonelt beskrives retorikk som kunsten å overbevise. For å oppnå dette brukes gjerne disse retoriske midlene. Etos kan beskrives som forfatterens karakter. Oftest bruker forfatteren etos for å skape sympati i leseren. Noen journalister bruker etos til å skape sympati med sine intervjuobjekter, mens andre journalister velger å skape seg etos som en nøytral part ved å la begge sider få komme med innspill.

Forlagsbransjen får mye kritikk etter Bokskya-fiaskoen, og flere poengterer at dens gode rykte har fått en smell. Flere personer fra bransjen svarer på kritikken. Det er interessant å se de ulike måtene aktørene debatterer på. Patos handler om å skape følelser i publikum, mens logos er bevismaterialet. Forlagsbransjens aktører er svært opptatt av logos. De forholder seg til tall og fakta, og bruker ikke mye tid på patos. De aktørene som bruker myten som argument i debatten, kan nesten sies å gjøre det motsatte. Disse aktørene bruker bevismaterialet for å skape sterke følelser i leseren.

Innholdsfortegnelse

Innledning.....	7
E-boken	7
Hendelser som påvirket e-bokdebatten 2012	8
Utredningene	9
Disposisjon	10
Myten i <i>Aftenposten</i>	13
Retorikk og myten	13
Mytebegrepet.....	14
Myten annekteres av <i>Aftenposten</i>	14
Konspirasjonsteori.....	15
Indisier.....	17
Subsidiekarusellen.....	18
Journalistisk etos	19
Tilsynelatende enveiskommunikasjon	21
Forlagsbransjen i forsvarsposisjon	21
Frustrasjonens patos	23
Mytens allsidighet	24
Kvalshaugs juleønsker.....	25
<i>Aftenpostens</i> kampanje	26
E-bokdebatt i andre aviser.....	28
<i>Dagbladet</i>	28
Huitfeldts ensomme kamp.....	28
Frisk bris.....	29
Bokloven entrer myten	30
Frynsete rykte	31
<i>Dagens Næringsliv</i>	33
Forlagsbransjens inkompetanse.....	33
Forlagsbransjen i forsvarsposisjon – del II.....	34
<i>Klassekampen</i>	36
Nøytralitetens etos.....	36
Amazon-myten	37

Internasjonal debatt	39
Konklusjon	41
Litteraturliste	44
Appendiks.....	46

Innledning

Kilder eldes fort når man prøver å samle materiale om e-boken. E-bokens historie er såpass ny, og forandrer seg så fort, at det kan virke som tekster skrevet om e-boken foreldes før de blir publisert. At referansene eldes så fort, er kanskje en forklaring på hvorfor det har vært så vanskelig å finne kilder for e-bokens utvikling etter 2000. Flere kommenterer historien til og med 1990-tallets optimisme for e-boken som CD-ROM, og pessimismen som fulgte da dette ikke ble suksessen man ventet. Andre spekulerer i hvordan e-bokens fremtid vil utvikle seg, og flere aviser debatterer e-bokutviklingen samtidig som den foregår.

E-boken

Det finnes referanser til ideen om den moderne e-boken så langt tilbake som 1930-tallet. Oppfinnelsen av den digitale boken kan imidlertid ikke spores tilbake til en enkeltperson. Flere har bidratt til utviklingen, og mange komponenter måtte til for at det skulle være mulig å skape e-boken slik vi kjenner i dag.

I *The Oxford Companion to the Book* definerer Eileen Gardiner og Ronald G. Musto¹ den elektroniske boken som en tekst- eller bilde-basert publikasjon i digital form, produsert for å leses på digitale enheter. Det var avisbransjen som først begynte med digital publisering. Forlagene hadde investert mye penger i tradisjonelle former for publisering, og de fortsatte å trykke bøker på den gamle måten frem til 1990-tallet i engelskspråklige land. Den nye metoden satte imidlertid fart på produksjonen av papirbøker. Bøker ble produsert raskere og billigere, og resulterte i en nesten fire-dobbelte vekst i USA mellom 1994 (52.000) og 2004 (195.000) (Gardiner og Musto 2010: 164).

Ifølge Trond Andreassens² *Bok-Norge*, har digitalteknologi vært i bruk i Norges forlagsbransje siden 1980-tallet. Med den nye teknologien kom det også nye muligheter. I mars 1987 lanserte Cappelen, sammen med Norsk Regnesentral, Norsk

¹ Forfatterne bak artikkelen "The Electronic Book" i *The Oxford Companion to the Book*. Ekteparet startet Italica Press hvor de har utgitt både papirbaserte og elektroniske prosjekter.

² Generalsekretær i Norsk faglitterær- og oversetterforening, og styreleder i Store norske leksikon AS.

Kartverk og Statistisk Sentralbyrå, første CD-ROM i Norge. Det var en prototyp presset i 200 eksemplarer. Noen år senere, høsten 1991, lanserte Cappelen et ettbinds leksikon i samme format (Andreassen 2012: 500). På 1990-tallet var det forventet at CD-ROM var e-bokens framtid. Det er en liten og lett plate som opptar bare en brøkdel av plassen til en vanlig innbundet bok. Et element manglet enda. Dette elementet beskrives av Gardiner og Musto som spesielt viktig for e-bokens utvikling: internett.

Juli 1995 startet nettbokhandelen Amazon opp, og dette satte i gang et helt nytt kapittel for boksalg. Internett ga nye muligheter for lagring, distribuering og gjenoppretting av digitale filer. I dag er Amazon og Apples iBooks verdens største nettbokhandler, og de største distributørene av e-bøker. Gjennom disse nettbokhandlene kan kunden kjøpe en bok, og få den lastet ned til sitt lesebrett i løpet av noen få sekunder.

Det påpekes stadig, blant de som skriver om e-bøker, at e-boka enda veldig ny, og det er vanskelig å forutse dens framtid. Med internett viskes grenser ut, og mediene blir mer like. Samtidig blir de mer interaktive, dette ser vi blant annet i kommentarfelt i nettavisenes artikler. Både privatpersoner og bedrifter har nå kontoer på Facebook, Twitter og lignende, og de brukes til både reklame og kommentarer. Denne interaktiviteten ser vi også i digitale bøker. E-barnebøker har gjerne både lyd og spill. Hvordan teknologien og e-boken utvikles videre kan vi bare spekulere i, men det blir spennende å følge med i framtiden.

Jeg mener det er viktig å definere e-boken som et eget produkt, slik Gardiner og Musto gjør. Aktørene som debatterer temaet i avisene 2012, bruker imidlertid betegnelsen kun for digitale bøker for voksne. Barnebok-apper innlemmes ikke i definisjonen deres, og den vil derfor ikke gjøre det i denne oppgaven heller.

Hendelser som påvirket e-bokdebatten 2012

I 2012 var e-boken et hett tema i norske aviser. Romjulen 2011 ble kulturminister Anniken Huitfeldt³ intervjuet av *Dagbladet*. I denne artikkelen kritiserer hun den norske e-bokløsningen, Bokskya, som var et samarbeidsprosjekt mellom Norges tre største forlag: Cappelen Damm, Aschehoug og Gyldendal. Dette intervjuet er startskuddet for debattene i avisene. Intervjuet med kulturministeren startet flere

³ Politiker, medlem av *Arbeiderpartiet*, og kulturminister fra 2009 til 2012.

debatter: Prisen på e-bøker, moms, den trege utviklingen, og om e-boken burde innlemmes i en eventuell boklov.

I 2011 åpnet Kulturdepartementet for at bokbransjen skulle få en boklov. Huitfeldt satte ned to kommisjoner som skulle utrede mulighetene. Den ene ble skrevet av Oslo Economics⁴, den andre utredningen er skrevet av fem personer⁵ som er tilknyttet Universitetet i Oslo. Huitfeldt forholder seg taus om sine meninger angående bokloven, og noen aviser spekulerer i hvorfor hun forholder seg stille. Våren 2012 er utredningene publisert, og bokbransjen er sikre på at bokloven er trygget, når Huitfeldt kunngjør at hun ønsker en ny utredning om e-bøker. Dette blir imidlertid stoppet av Kulturdepartementet. 21. september trer Hadia Tajik inn i stillingen som ny kulturminister, og i løpet av oktober blir det klart at Kulturdepartementet begynner å jobbe med utformingen av en boklov.

Utredningene

Jeg har valgt å introdusere de to utredningene i innledningen, men de vil ikke bli tatt med videre i oppgaven. De nevnes her fordi de dukker opp i flere debattinnlegg, men de vil ikke kommenteres videre fordi denne masteroppgaven handler om e-bokdebatten, ikke boklovsdebatten.

Den første av de to utredningene Huitfeldt bestilte, ble lagt frem i januar. Oslo Economics skriver om litteratur- og språkpolitiske virkemidler. De påpeker at måloppnåelsen har blitt styrket siden 2005, og Norge oppnår sine litteraturpolitiske mål bedre enn nabolandene Danmark og Sverige. Tilbudet er bredere og mer varierer enn i 2005, men faglitteraturen har blitt svekket. Det er imidlertid vanskelig å fastslå en sammenheng mellom virkemidler og mål. De legger frem ulike scenarioer som kan være grunn til forbedring av måloppnåelse: De statlige virkemidlene kan være en faktor. Det kan også endringene i bransjestrukturen fra 2005: Økt vertikal integrasjon kan ha ført til mer effektiv markedsføring. Andre faktorer kan være at litteratur har blitt mer populært, og kjøpekraften har økt blant nordmenn (Oslo Economics 2012: 3). Oslo Economics konkluderer med at momsfratak på e-bøker anbefales, en moms på e-bøker gir en konkurranseulempa på digitale produkter. De anbefaler grep i

⁴ Et byrå som tilbyr samfunnsøkonomisk rådgivning og analyse. Startet opp i 2009.

⁵ De fem persjonene arbeider innenfor feltene medie- og kommunikasjon, samfunnsvitenskap og jus.

fastprisordningen, og tiltak som styrker norsk faglitterær produksjon (Oslo Economics 2012: 5).

Den andre utredningen ble publisert i februar. Forfatterne bak denne, Helge Rønning, Tore Slaatta, Olav Torvund, Håkon Larsen og Terje Colbjørnsen, kartlegger rammebetingelser for bokbransjen i Europa. Av de femten landene studien omfatter, har ni av disse boklov. De mener bransjeavtalen er imot EUs bestemmelser, og at en boklov er det eneste politiske reguleringsystemet EU vil godta (Rønning, Slaatta, Torvund, Larsen og Colbjørnsen 2012: 3). Salg og produksjon har økt uansett om landene har fripris eller fastpris, men friprisland har høyere fokus på bestselgere, og fastprisland har bredere utvalg (et al. 2012: 4). De konkluderer med at en norsk boklov bør omfatte alle typer litteratur, også faglitteratur.

Forfatterne bak utredningen hevder at de har tatt for seg digitale bøker spesielt, men nevner de ikke i oppsummeringen av utredelsen. Dette kan være fordi de interesserer seg for digital litteratur i forhold til faglitteratur. De har tro på at lesebrett og e-bøker vil etter hvert ta over deler av bokmarkedet, men at dette markedet vokser sakte. De store forandringene innenfor dette feltet er i kunnskapslitteraturen (et al. 2012: 18).

Begge utredningene er enige om at det faglitterære feltet er under sterkt press fra internasjonale engelske utgivere. Skal Norge ha en boklov, bør derfor e-bøker være med i loven for å hegne om norsk faglitteratur. De to utredningene fikk svært forskjellig kritikk etter publiseringen. Bokbransjen hyllet Rønning, Slaatta, Torvund, Larsen og Colbjørnsens utredning, mens utredningen fra Oslo Economics ble kritisert fra flere hold.

Disposisjon

E-boken ble diskutert mye i media i 2012. Det norske e-bokmarkedet var ikke en gang ett år gammelt, men forlagsbransjen fikk mye kritikk for Bokskya. Leserne hadde forventet en bedre løsning, og flere begynte å spekulere om forlagsbransjen⁶ med vilje lanserte en dårlig løsning. De tre største forlagene eier tre av de største bokhandelkjedene, og et suksessrikt e-bokmarked kan potensielt ruinere dem. Forlagsbransjens rykte gikk på en smell under Bokskya-fiaskoen, og flere personer fra

⁶ Jeg bruker begrepet “forlagsbransje” om Den norske forleggerforeningen og de tre største forlagene. Det er de som blir mest kritisert i løpet av 2012.

forlagsbransjen arbeider med å forbedre bransjens rykte i denne perioden. Samtidig arbeider de hardt for at Norge skal få en boklov. Debatten om e-bøker og diskusjonen om bokloven er egentlig to separate debatter, men de glir ofte inn i hverandre. Mange aktører er bekymret for at en boklov som inkluderer e-bøker vil sinke e-bokmarkedet.

Jeg ønsker å kartlegge e-bokdebatten i utvalgte aviser i 2012. Det er mange av de samme aktørene som går igjen, og det er ofte de samme diskusjonene som tas opp. Hvem er disse aktørene, og hva er deres argumenter? Avisene jeg har valgt ut er *Aftenposten*, *Dagbladet*, *Dagens Næringsliv* og *Klassekampen*. Disse er valgt fordi de er noen av Norges mest leste aviser, og det publiseres mange artikler om både e-bøker og bokloven her.

Opgaven er delt i to kapitler. Det første kapitlet er forbeholdt *Aftenposten*, som også er den mest interessant avisen. Aktørene i denne avisen driver nærmest en svertekampanje mot forlagsbransjen, de stikker seg frem med spesielt poengterte meninger. Det er spesielt et argument som går igjen så ofte at det kan sies å være en myte. Jeg vil følge myten fra årets første artikkel, og utover året.

Det andre kapitlet er delt i tre deler, en for hver avis. Alle tre avisene tar for seg ulike temaer. *Dagbladet* fortsetter sitt følge Huitfeldt etter romjulsintervjuet. Også her går noen av argumenter fra *Aftenpostens* aktører igjen. *Dagens Næringslivs* journalister holder seg unna e-bokdebatten, men flere utenforstående aktører velger å publisere sine kommentarer i denne avisen. Flere personer fra forlagsbransjen velger å forsvare kritikk i disse to avisene. Jeg har valgt å ta *Klassekampen* til slutt. Dette er avisen som har publisert flest artikler om e-bøker, og de har en spesiell interesse nettbokhandelen Amazon. Siden nettbokhandelen er en så viktig aktør innenfor det internasjonale e-bokmarkedet, og nevnes i flere kommentarer, har jeg valgt å skrive kort om dette temaet også. Det er interessant å se at det finnes likheter mellom den internasjonale e-bokdebatten og den norske.

I kartleggingen av e-bokdebatten har jeg valgt å bruke de retoriske midlene *etos*, *patos* og *logos*. Retorikk handler om å overbevise, og det er nettopp det aktørene ønsker å oppnå. Begrepene vil bli forklart bedre i første kapittel. I forhold til mytebegrepet, vil jeg forholde meg til Roland Barthes *Mytologier*, også mytebegrepet vil bli forklart nærmere i neste kapittel.

For å få en oversikt over alle artiklene som har blitt skrevet om emnet, har jeg brukt Retriever. Jeg har valgt å søkte vidt, og brukt emneordet “e-bok*”, for deretter å kutte ned til avisene som har flest treff. *VG* har overraskende lite interesse for e-

bokdebatten, og publiserer bare to artikler om emnet. Jeg har derfor valgt bort denne avisen. Siden jeg for det meste diskuterer en artikkel av gangen, har jeg valgt å bare sette kilden i parentes en gang. Dette gjelder ikke sekundærlitteraturen.

Myten i *Aftenposten*

I 2012 ble e-boken ofte debattert i media. I åtte utvalgte aviser⁷ ble 124 artikler og kommentarer skrevet om temaet i løpet av året. Flere personer går igjen i diskusjonene, og det samme gjør mange av argumentene. Et poeng som ofte tas opp, er påstanden om at forlagene aldri har ønsket en e-boksuksess i Norge, fordi de største forlagene har investert store beløp i tradisjonelle bokhandler – pengene ligger derfor fortsatt i papirbøker. Flere personer gjentar argumentet, men ingen legger frem beviser for en slik påstand. Det virker som de fleste tar det for gitt at dette er en sannhet, og at det derfor ikke er nødvendig med en begrunnelse. For meg får påstanden et mytisk preg: Ingen etterprøver argumentet, men likevel brukes det stadig som et poeng i debatten.

Aktørene bygger sine argumenter på de gamle retoriske midlene *etos*, *patos* og *logos*. De to første midlene retter seg til mottakerens følelser, mens *logos* henvender seg til fornuften og intellektet. I dette kapittelet omhandler debattantenes bruk av de retoriske midlene, og hvordan de brukes i forhold til mytebegrepet. Samtidig vil jeg vurdere hva aktørenes motivasjon bak innleggene.

Retorikk og myten

Siden antikken har retorikk vært et redskap for å analysere, og å forme taler og tekster. Øivind Andersen⁸ beskriver retorikk som et redskap som stadig er i forandring, men som likevel forblir lik. Det retoriske feltet har fått tilført nye ressurser i massemedienes tidsalder, men dens oppgaver fortsetter likevel å være de samme: Å underbygge, utforme og formidle et budskap (Andersen 1995: 3).

Retorisk kommunikasjon er mottagerorientert. Tradisjonelt beskrives retorikk som kunsten å overbevise. For å oppnå dette brukes gjerne de retoriske midlene nevnt over. *Etos* kan beskrives som forfatterens karakter, altså hvordan forfatteren fremstiller seg selv gjennom talen eller teksten (Andersen 1995: 33). *Patos* omhandler mottagerens sinnstilstand. Taleren prøver å skape en spesiell følelse i tilhøreren, enten dette gjelder glede eller sinne (Jor 2003: 28). Andersen beskriver *logos* som framføringen av de overbevisende momentene (Andersen 1995: 137). Finn Eivind

⁷ *Aftenposten*, *Dagbladet*, *Dagens Næringsliv* og *Klassekampen*.

⁸ Professor i klassiske fag ved Universitetet i Oslo. Forfatteren bak *I retorikkens hage*.

Jor⁹ mener at det også handler om å tilpasse seg sitt publikum (Jor 2003: 33). Logos handler altså om å fremlegge bevismidlene på et nivå som mottageren vil forstå.

Mytebegrepet

I *Mytologier* (1957) analyserer Roland Barthes¹⁰ dannelsen av hverdagsmyter slik de kommer til uttrykk i offentlighet og kultur. Hans utgangspunkt for mytebegrepet er det han kaller den naturlighet som presse, kunst og alminnelige meninger pynter virkeligheten med. Dette er en falsk selvfølgelighet som er menneskeskapt og historisk bestemt (Barthes 1991: 9). Myten er et allerede bearbeidet bilde, det er et ferdig utviklet budskap.

Barthes beskriver myten som et lingvistisk system som overlapper et annet. Det jeg finner interessant, er hvordan myten som et overlappende lingvistisk system har en betydning som er dannet av et allerede eksisterende system – altså det lingvistiske systemet det overlapper (Barthes 1991: 292). Myten låner og fortolker betydningen fra dette lingvistiske systemet – et system som allerede er godtatt som sannhet. Retorisk kan det altså sies at myten allerede har overbevist.

Det kreves spesielle betingelser for at språket skal bli en myte. Den defineres ut fra måten budskapet fremføres på. Når myten gjengis har budskapet i ytringene allerede blitt bearbeidet, den har blitt gitt en betydningsgivende bevissthet uavhengig av dets substans (Barthes 1991: 285). Myten, når den uttales som den gjør i de norske avisene, har allerede blitt godtatt som en sannhet av de som ytrer den. Myten har blitt en falsk selvfølgelighet, en retorisk overbevisning som har overtalt mottageren om dens sannhet gjennom den eksistens. Retorikk handler om å overbevise, myten har imidlertid allerede overbevist samfunnet at den er sann.

Myten annekteres av *Aftenposten*

Høsten 2011 er det rumling i norske aviser om Bokskya¹¹. I romjulen går kulturminister Anniken Huitfeldt ut og kritiserer den norske e-bokløsningens lite

⁹ Forfatter. Har skrevet tre bøker, hvor *Ordenes herre* omhandler retorikk.

¹⁰ Kjent fransk litteraturkritiker, litteraturteoretiker, filosof og semiotiker

¹¹ Bokskya er en digital lagringsplass som de tre største forlagene samarbeidet om. Ideen var at e-bøker skulle kunne kjøpes fra ulike norske nettbokhandler, men at det likevel skulle være mulig å lagre e-bøkene på samme sted. Bokskya ble markedsført

brukervennlige profil, og det dårlige utvalget av norske e-bøker. Disse uttalelsene fungerer som en katalysator på *Aftenposten*. De er åpenlyst kritiske til maktsentreringen i bokbransjen, og det skrives en serie med graverende artikler om bokhandelkjedene og de tre største forlagene. Det er i denne avisen hvor myten dukker opp oftest som et argument.

Konspirasjonsteori

Aftenposten publiserer en kommentar av Vidar Kvalshaug¹² 2. januar. Hans¹³ artikkel er den første i et skred av kritiske tekster fra avisen om forlagsbransjen, deres behandling av det norske e-bokmarkedet og bokloven. I innlegget kritiserer Kvalshaug Bokskya, og forlagenes tilsynelatende likegyldighet til forbedring av den norske e-bokløsningen. Til og med navnevalget irriterer han så fælt at han vier det et helt avsnitt.

For å bli en god retoriker må en beherske alle tre av de retoriske midlene. Kvalshaug etablerer sitt etos som et aktør som er på leserens side i debatten, ved å henvende seg til de som ble skuffet over Bokskya. Han retter seg mot de som allerede er vant til Amazons¹⁴ et-klikks løsning, og venter på en lignende norsk versjon. Patos er ikke vanskelig å forme i disse leserne fordi forfatteren er selv en av dem.

som den store e-bokløsningen i Norge, men i praksis ble det en altfor komplisert prosess. En kunde måtte registreres tre ganger (i Bokskya, i en nettbokhandel og på Adobes nettsider), og deretter laste ned en ekstern e-leser, bare for å komme i gang.

¹² Norsk forfatter, litteraturanmelder- og kommentator i *Aftenposten*. Han har jobbet som forlagsdirektør i Kagge. Han startet eget forlag under Juritzen forlag i 2014, men dette ble nedlagt i 2015. Han har tidligere også jobbet i *Se og hør* og *Nationen*.

¹³ En kan lure på hvorfor *Aftenposten* velger å bruke en freelancer som Kvalshaug som en autoritet på e-bøker. Han har to år hvor han skriver veldig mye for *Aftenposten*:

2010: 6 artikler

2011: 151 artikler

2012: 154 artikler

2013: 53 artikler

2014: 11 artikler

I 2012 skrev han altså 154 artikler for avisen, mange av disse i samarbeid med Mala Wang-Naveen (kommentator for *Aftenposten*). Noen av hans artikler er litteraturkritikk, mange er synsing om alt fra politikk, NRK, sosiale medier og det norske e-bokmarkedet. Det er mulig de velger å bruke han som en ekspert på e-bøker fordi Kvalshaug og *Aftenpostens* egne har samme synspunkt i saken, og kan hans tekst kan underbygges av journalister som Kaja Korsvold og Knut Olav Åmås.

¹⁴ Kvalshaug gjør det klart at han foretrekker Amazon enkle et-klikks løsning og billige e-bøker.

Kvalshaug skaper følelser av irritasjon og oppgitthet gjennom bevismaterialet (logos). Han lister opp forlagenes feilslåtte valg: Bokskyaas dårlig løsning, det dårlige utvalget av norske e-bøker, de høye prisene og forlagenes treghet. Han prøver med dette å få leseren til å trekke samme konklusjon som ham: Forlagsbransjen ønsker ikke at e-boka skal lykkes i Norge.

Bevisene er pålitelige nok: Som Kvalshaug påpeker, var forlagenes valg å markedsføre Bokskya antagelig et feiltrinn (Kvalshaug 02.01.2012). Bokskya er som navnet tilsier – bare en sky, en digital lagringsplass. Bøker kan altså verken kjøpes eller leses i den, og antagelig burde den ikke vært markedsført i det hele tatt. Kvalshaug har rett når han sier at det hadde vært bedre om bokkjedenes nettbutikker hadde blitt markedsført som e-bokløsningen, og at løsningen burde vært enklere. Det er også riktig at norske e-bøker er dyrere enn utenlandske, og at det ved slutten av 2011 var få nye utgivelser som hadde blitt gjort om til e-bøker.

Det er først når han trekker frem myten som en konklusjon at logos glipper: “Bokskya var dømt til å mislykkes, men det var også planen”. Istedenfor å analysere bevisene og deretter trekke en konklusjon, har Kvalshaug allerede bestemt hva utfallet er, og velger å se påstandene i henhold til dette. Han kan gjøre dette fordi myten består av et verdisystem som overlapper et annet. Dette betyr at myten fremtrer på en dobbelttydig måte: Den er på en og samme tid både mening og form, på den ene siden full og på den andre tom (Barthes 1991: 295). Meningssiden er allerede fullstendig – den har en fortid, og et system av fakta, ideer og beslutninger. Den inneholder allerede et helt verdisystem: en historie og en moral som han kan bearbeide til å passe sitt mål fordi formsiden av myten er tom, og kan derfor omarbeides etter Kvalshaugs ønske (Barthes 1991: 297). I dette tilfellet tolker han forlagenes første forsøk på en e-bokløsning som en planlagt fadese ut fra hvor upopulær Bokskya ble. Han har ikke beviser for at forlagene prøver å hefte e-bokens inntog i Norge fordi de har investert i bokhandelkjedene, men han holder likevel hardnakket på teorien. Det er subjektive påstander fra en aktør som er tydelig skuffet over det norske forsøket på et e-bokmarked så langt. For Kvalshaug har rett i sine argumenter, men hans avsluttende antagelse har han ingen beviser for, bare omstendigheter. Konklusjonen har Kvalshaug godtatt som en sannhet, og for å få leserne på sin side må han appellere til leserens følelser fordi myten mangler logos.

Herodes Falsk¹⁵, som skriver en kronikk i *Aftenposten* 5. januar, går faktisk så langt som å kalle den dårlige Bokskya-løsningen en konspirasjon fra forlagene: De har gjort det vanskelig å laste ned norske e-bøker for at det ikke skal bli konkurranse mellom digitale og tradisjonelle bokhandler (Falsk 05.01.2012). Hans retorikk minner om Kvalshaugs. De henvender seg til det samme publikumet, de som forventer en like god e-bokløsning som Amazons. Begge bruker sitt bevismateriale til å skape patos og overbevise sine lesere gjennom følelser fordi deres konklusjon, at det hele er en konspirasjon fra forlagene, kan de ikke bevise at er sant.

Indisier

Så hvorfor velger da Kvalshaug og Falsk å skrive kommentarer, og å bruke myten når de ikke har noe inkriminerende bevis, bare indisier? Herodes Falsk utgir selv en bok i denne perioden, og den publiseres bare digitalt. Så det er ikke overraskende at han, som han skriver, ble betuttet når avisene beskriver hvor vanskelig det er å kjøpe norske e-bøker. Ved å skrive en kronikk om Bokskya, får han på samme tid reklamere for sin nye roman, kritisere Bokskya, lansere sin konspirasjonsteori og slå et slag for en bedre e-bokløsning.

Hvorfor Kvalshaug kaster seg inn i e-bokdebatten, er ikke like åpenbart. Det kan virke som han ønsker å holde debatten gående, etter at Huitfeldt åpnet opp for kritikk av forlagsbransjen i romjulen 2011, for å tvinge forlagene til å skape en bedre e-bokløsning. I artikkelen fungerer han imidlertid ikke som noe annet enn en kulturperson som har sterke meninger om et sak. Som jeg poengterer i ene fotnoten over skriver Kvalshaug om flere emner for *Aftenposten*, og mange av disse er temaer han er kritisk til. At avisens redaktører lar en kritisk artikkel til forlagsbransjens e-bokløsning publiseres kan være fordi avisens profil og hans meninger peker i samme retning.

Både Kvalshaug og Falsk kritiserer Bokskya for å være en dårlig løsning, og trekker konklusjonen at den er så elendig fordi forlagene ønsker å hegne om bokhandelkjedene. Her virker det imidlertid som begges nysgjerrighet for temaet stopper. Istedenfor å prøve å finne forstå hvorfor dette problemet har oppstått, faller de tilbake på myten som en enkel forklaring på et spørsmålet.

¹⁵ Komiker og forfatter.

Subsidiekarusellen

Hvis Kaja Korsvold¹⁶ ikke viderefører Kvalshaugs tanker, så følger hun i hvert fall hans tankegang. Hun underbygger hans påstander i artiklene hun skriver i begynnelsen av 2012, hvor hun intervjuer flere personer om deres syn på det norske e-bokmarkedet. Korsvold og hennes intervjuobjekter ser den labre e-bokstarten i Norge i sammenheng med de største forlagenes kjøp av bokhandlerkjedene. Korsvold velger imidlertid å grave dypere i emnet enn det Falsk og Kvalshaug har gjort.

I den første artikkelen publisert 5. januar, intervjuer hun Espen Andersen¹⁷ og Ivar Tronsmo¹⁸. Alle tre reagerer på de store forlagshusenes oppkjøp av bokhandelkjedene i 2005 (Korsvold 05.01.2012). Det mangler ikke patos i artikkelen, Andersen og Tronsmos driver nærmest med skremselspropaganda. Espen Andersen kaller den norske forlagsbransjen en eneste stor subsidiekarusell, og ser den amerikanske bokhandeldøden som en forsmak på hva som vil ramme den norske bokbransjen. Tronsmo på sin side hevder at Platekompaniet og Elkjøp er bedre rustet til å selge e-bøker enn forlagsbransjen, og tror ikke at bokbransjen vil overleve overgangen fra offline til online. Det er de sterke følelsene som er i fokus i denne artikkelen. Som hos Kvalshaug skapes patos gjennom logos, denne gangen er imidlertid bevismaterialet for det meste basert på framtidige forventinger og ikke tidligere skuffelser.

Korsvold trekker trådene til forlagenes e-bokskepsis tilbake til 2005, da rammevilkårene i forlagsbransjen ble forandret, og de tre største forlagene kunne kjøpe opp tre av de største bokhandelkjedene. Alle myter har en historisk opprinnelse (Barthes 1991: 284). I dette tilfellet kan myten spores tilbake til denne perioden i 2005. Flere aktører var skeptiske til oppkjøpet og maktkonsentrasjonen som fulgte. Dette viser at myter nødvendigvis ikke er ren fiksjon, men at det kan være sannhet også i myten. De tre største forlagene har kjøpt seg inn i tre av de største bokhandelkjedene. Nettbokhandler og e-bøker kan dermed bli en trussel for de tradisjonelle bokhandlene, hvis bokbransjen ikke klarer å finne en løsning hvor pengene går tilbake til de disse bokhandlene.

At forlagsbransjen har vært ærlig på at de ønsker å beholde den norske bokkrona i Norge, gjør antagelig bare mistanken større hos dem som allerede er

¹⁶ Kulturjournalist i *Aftenposten* og litteraturkritiker.

¹⁷ Første amanuensis på BI og forsker på teknologistrategi.

¹⁸ Bokhandler og forlegger. Kjent kulturperson.

skeptiske. I januar 2012 lanserte Cappelen Damm Ordflyt¹⁹. *Aftenposten* publiserte i denne forbindelsen et intervju med lederen for prosjektet, Håkon Havik. I artikkelen forteller Havik om hvordan Apple krever 30 prosent av omsetningen fra alle kjøp i App Store. Dette er grunnen til at Cappelen Damm og Ordflyt har valgt å la kjøpet foregå på en PC istedenfor, så ikke deler av fortjenesten går til en annen part (Bjørkeng 25.01.2012). Det er denne tankegangen som også ligger bak samarbeidet om Bokskya.

Journalistisk etos

Etos handler om hvordan forfatteren ønsker å fremstille seg selv, skribenten prøver å skape tillit og troverdighet gjennom teksten (Jor 2003: 29). En journalist lager sitt eget etos. Intervjuobjektene til journalisten er imidlertid avhengig av at journalisten former etos for dem, siden det er journalisten som til syvende og sist velger hvordan intervjuobjektet skal fremstå i artikkelen.

Utredningene Huitfeldt bestilte, ble utgitt i begynnelsen av 2012. Samtidig som Bokskya ble diskutert, ble også utredningene debattert i media. Korsvold publiserte flere artikler utover mars hvor hun tar opp temaene boklov og fastpris. Korsvold er bekymret for at prisen på e-bøker vil bli nesten like høy som papirbøkene, hvis Norge får en boklov med et fastprissystem. Hun er åpenbart kritisk til fastpris, men velger å la begge sidene av diskusjonen få komme med kommentarer. Fastprissiden får for så vidt bare komme inn med én kommentar. På siden for fripris har hun to intervjuobjekter: Trygve Hegnar²⁰ og Per Olav Solberg²¹.

Det kan virke som Korsvold for det meste lar Hegnar tale for seg selv, men gir han en introduksjon for å vise han frem som en seriøs aktør. Hegnar åpner med å kalle bokbransjens argumenter for propaganda. Den samme frustrasjonen som har preget de andre aktørenes påstander, går også igjen i hans argumenter. Han bruker sterke ord for å beskrive forlagsbransjen. Han er imponert over lobbyarbeidet til forlagsbransjen, hvordan de har fått med seg både “utredere²²” og forfattere til å

¹⁹ Ordflyt er en lydbok-app for Android og Apples smarttelefoner. Ideen er bygget på populære strømmetjenester som Wimp og Spotify. I 2014 ble appen relansert under navnet Storytel.

²⁰ Norsk redaktør og forretningsmann.

²¹ Redaktør i tidsskriftet *Prosa*.

²² Forfatterne av de to utredningene bestilt av Huitfeldt.

snakke varmt om fastpris, og som han spesifiserer, *høye* faste priser (Hegnar i Korsvold 02.03.2012).

For det virker som at det er nettopp dette som Korsvold og hennes intervjuobjekter bekymrer seg mest over: høye og faste priser. Spesielt virker de bekymret for at dette også vil bety fastpris på e-bøker, og konsekvensene dette kan ha. Korsvold peker på at flere bøker har blitt solgt etter 2005, da Bondevik-regjeringen åpnet for delvis frislipp (Korsvold 02.03.2012). Hun velger å ikke nevne at det er det samme året forlagsbransjen også fikk godkjent oppkjøpet av bokhandelkjedene, og at det kan være en sammenheng mellom disse to hendelsene. Hun henviser heller ikke til noen tall når hun kommer med slike påstander, men forventer at påstanden i seg selv skal være god nok til å stå på egne ben – på samme måte som myten står på egne ben. Logos er talerens turnering av de overbevisende momentene i enhver sak. (Andersen 1995: 137). Å peke på disse momentene vil ikke hjelpe hennes sak, og nevnes derfor ikke.

Blant Korsvolds argument imot bokloven, påpeker hun at Huitfeldts to utredninger ikke berører e-bøker. Hun spør Per Olav Solberg hva han syns om at utredningene bare omhandler papirbøker. Ikke så overraskende svarer Solberg at han synes dette er veldig merkelig, men kommenterer ikke mer enn dette. Det er imidlertid også usant, som forfatterne av den ene utredning, Håkon Larsen, Helge Rønning og Terje Colbjørnsen, kommenterer noen dager senere. Ikke bare har de tatt for seg e-bøker, men de har behandlet e-bokens situasjon spesielt. (Larsen, Rønning og Colbjørnsen 06.03.2012).

Etos handler om å overbevise gjennom å skape tiltro i publikum, bare den troverdige kan overbevise (Jor 2003: 28). Korsvold mister den tilliten hun har prøvd å forme i artikkelen fra 2. mars, når forfatterne av den ene utredningen skriver et svar som publiseres tre dager senere, hvor de direkte motsier hennes påstander. Hva så med hennes intervjuobjekter fra artikkelen? Når forfatteren av en artikkel mister tiltro, kan det også være vanskelig å vite om intervjuobjektene er tillitverdige. Ikke fordi de har blitt intervjuet av Korsvold, men fordi deres fremstilling i artikkelen avhenger av hennes presentasjon av dem. At Korsvold spør Solberg noen ledende spørsmål, er imidlertid til fordel for Solberg i dette tilfellet, og det samme er hans unnvikende svar.

Tilsynelatende enveiskommunikasjon

Korsvold bruker patos mindre aktivt enn sine intervjuobjekter. Hennes oppmerksomhet har vært på logos, og som retoriker velger hun å bruke bevismaterialet slik at hennes side kommer best ut. Etos kalles talerens karakter (Andersen 1995: 34). I *Det norske leksikon* defineres karakter som hvordan en moden person fremtrer i tanke, ord og handling (Malt 13.02.2009). Korsvold ønsker å fremstå som en objektiv aktør, og lar meningsmotstandere få komme med innspill. Samtidig er hun opptatt av bevismaterialet. Det hun tydeligvis ønsker å oppnå i sine intervjuer, er å sette søkelys på forlagsbransjens maktsentrering. Hun viser hvordan myten har en historisk opprinnelse når hun trekker dagens kritikk tilbake til maktsentreringen som skjedde i 2005. Sammen med Kvalshaugs kommentarer fra 2. januar, viser dette at en myte nødvendigvis ikke trenger å være ren fiksjon, men kan inneholde sannhet.

Det viser seg imidlertid at hun undervurderer sitt publikum den 2. mars, og hennes etos får knekk når forfatterne bak ene utredningen konfronterer *Aftenposten* med hennes feil. Øivind Andersen skriver i sin bok *I retorikkens hage* at retorikk er tilsynelatende en teori om enveiskommunikasjon: taleren taler og tilhøreren lytter. Dette er imidlertid bare tilsynelatende. Forfatteren må beregne sitt publikum (Andersen 1995: 25). Det har ikke Korsvold gjort i dette tilfelle. Det er tydelig at hun ikke har lest utredningene, og at hun ikke forventer at forfatterne skal svare på hennes kritikk. Hun velger også ikke å svare dem når de kommenterer hennes feil.

Forlagsbransjen i forsvarsposisjon

Faktisk er denne ignoreringen av sitt publikum og andre debattanter, ganske åpenlys i *Aftenposten*. En direkte debatt kan ikke *Aftenpostens* artikler sies å være. Det blir ingen diskusjon så lenge den ene siden får ture fram og den andre siden blir mer eller mindre oversett. Det publiseres kommentarer i andre aviser så debatten går i media. *Aftenposten* velger imidlertid ikke å svare på kritikken. Flere innlegg publiseres likevel. Blant annet en sindig kommentar fra Piratforlagets Elisabeth Steen og Tine Kjær, som svarer på Kvalshaugs angrep i januar. De ber om tålmodighet når det gjelder e-bokløsning, og samtidig kritiserer de medias reaksjon som de hevder balanserer mellom teknologioptimisme og –determinisme. De mener også at disse ytterpunktene heller er basert på luftige spådommer enn på edruelig analyse (Steen og

Kjær 04.01.2012). Kvalshaug svarer ikke på Steen og Kjærs kommentar, og det gjør ingen andre i avisen heller.

Det samme hender når Bjarne Buset²³ kommenterer det han kaller *Aftenpostens* konspirasjonsteori i artikkelen “Deprimerende tøv om e-bøker” (Buset 06.01.2012). Det kan virke som at han er for irritert til å prøve å skape sympati. Det er ikke før i slutten av teksten at han prøver å danne litt velvilje ved å beskrive forlagenes positive interesse i digitale medier. Etos kan imidlertid også dannes ved å påpeke feil i meningsmotstanderens argumentasjon. På denne måten styrker man på samme tid sitt eget etos og svekker den andres (Jor 2003: 77). Det er dette Buset gjør. Denne gangen er det *Aftenposten* som blir beskyldt for å konspirasjonsteorier. Antagelig er Busets konspirasjonsteori lik det jeg kaller myten: Teorien om at forlagene ikke ønsker et e-bokmarked fordi de har lagt pengene i bokhandelkjedene. Han angriper avisens bruk av “eksperter” (Busets apostrofer), og poengterer feil med Espen Andersens angrep på innkjøpsordningen. Heller ikke denne teksten får en kommentar tilbake.

Unntaket som til dels motsier regelen om at *Aftenposten* ignorerer andres bemerkninger, er en artikkel skrevet av Korsvold hvor Kristenn Einarsson²⁴ tar til motmæle mot Hegnars kritikk fra 2. mars. Det er verdt å påpeke at Einarsson kommenterer Hegnars påstander, og ikke Korsvolds. Einarsson mener Hegnars bevismateriale ikke holder vann, og bruker selv logos for å rette opp i fakta. Hegnar påstår at en boklov vil gjøre det mulig å kreve 399 kroner for Jo Nesbøs bok i Norge, mens den i andre land kan koste 99 kroner (Hegnar i Korsvold 02.03.2012). Når han kritiserer Hegnars bevismateriale, må han også legge frem sitt eget: Einarsson svarer at uten moms ville den nyeste e-boken av Nesbø koste 210 kroner, enda veiledende pris på papirboken er 399 kroner. Grunnen til at den blir kostende mer er fordi digitale bøker er momsbelagt. Han legger altså skylden videre på regjeringen som har ilagt e-bøker en moms på 25 prosent, enda papirbøker er momsfrie. Samtidig holder han fast ved at en boklov ikke vil gjøre e-boken like dyr som papirutgaven.

I alle tilfellene over går forfatterne av artiklene i forsvarsposisjon, men det gjøres det på ulike måter. Einarsson bruker sitt intervju med Korsvold til å forsvare forlagsbransjen, og rette pekefingeren mot regjeringen. Buset på sin side er frustrert, men svarer kritikken likevel med logos, slik Einarsson gjør. Det er bare Steen og Kjær

²³ Jobber i Gyldendal.

²⁴ Direktør i Den norske Forleggerforeningen.

som bruker patos aktivt, og de gjør det via etos. De unnskylder den dårlige starten, og prøver å skape sympati og forståelse ved å vise at de skjønner frustrasjonen. Alle aktørene skriver sine kommentarer fordi de ønsker å forsvare forlagsbransjen mot *Aftenpostens* kritikk, og hva de ser som urettferdig behandling.

Frustrasjonens patos

Først i mars svarer en av *Aftenpostens* egne på kritikken av deres behandling av e-bokprosessen. Knut Olav Åmås²⁵ svarer angrep på kulturforsker Georg Arnestads²⁶ kronikk 9. mars. Samtidig kommer han med innvendinger til Einar Ibenholdt²⁷ som hevder at Åmås betrakter bøker som en hvilken som helst annen vare i *Dagens Næringsliv* 8. mars (Åmås 14.03.2012).

Som Buset og Einarsson før han, prøver Åmås å dekreditere sine meningsmotstandere med logos. Han velger imidlertid å bruke annet bevismateriale. Hvor Buset og Einarsson bruker tall, setter Åmås opp sju punkter han mener forlagsbransjen bør diskutere istedenfor fastpris og boklov. Allerede ved første punkt tyr han til samme myte som hans kolleger før han: Her forteller Åmås om de forlagenes oppkjøp, og deres enorme pengebruk, det siste tiåret i bokhandlene. Deretter påpeker han at disse konsernene har mye å tape på at de forlagseide bokhandlene mister terreng, og at dette sannsynligvis er grunnen til at forlagene investerer forsvinnende lite i utviklingen av e-boken.

Flere av punktene bærer preg av myten, og av frustrasjonen over forlagsbransjens trege e-bokprosess. Som retorisk middel er e-bokmyten tydeligvis avhengig av patos. For det kan virke som disse to tingene går hånd i hånd: frustrasjonen over treghet, og myten. Så langt har alle aktørene som har kritisert forlagsbransjen ikke bare vært åpen om sin forbitrelse, men også prøvd å skape de samme følelsene i leserne.

Åmås ønsker at forlagsbransjen skal utvide debatten, og flytte

²⁵ Kultur – og debattedaktør i *Aftenposten* i 2012. Senere statssekretær i kulturdepartementet og direktør for Fritt Ord.

²⁶ Arnestad skriver en kronikk i *Aftenposten* titulert “Ei boklov frå hovudstaden”. Denne kommenteres i ettertid av blant annet Trond Andreassen (generalsekretær i Norsk faglitterær forfatter- og oversetterforening), og forfatterne av den andre utredningen, Colbjørnsen, Larsen, Torvund, Slaatta og Rønning.

²⁷ Direktør for strategi og utvikling i Gyldendal, tidligere direktør for Gyldendal Litteratur.

oppmerksomheten bort fra boklovdebatten. Det er dette hans syv punkter handler om. Han er enig i at landet vårt har et litterært system mange andre kan være misunnelige på, men han er uenig om hvordan vi skal hegne om kulturpolitikken fremover. Som flere av de andre aktørene er han åpenbart skeptisk til maktsentreringen i forlagsbransjen, og hvor koordinerte bokbransjen som helhet er i ønsket om boklov.

Buset kommer igjen på banen, og kommenterer Åmås' sju punkter et par dager senere. Her svarer Buset punkt for punkt, og igjen bekjemper han sine meningsmotstandere med logos: Han poengterer at Åmås hevder at forlagene investerer forsvinnende lite i e-bøker for å beskytte bokkrona, men han viser ikke til noen tall (Buset 16.03.2012). Som flere av aktørene før han, Åmås mangler altså konkret bevismateriale, og det er dette forlagsbransjen påpeker når de går til motmæle. *Aftenposten* lener seg mer mot patos for å overbevise, mens forlagsbransjen heller mot logos.

Mytens allsidighet

Artikkelen som kommenteres mest i løpet av året av andre aktører og aviser, er en som ikke omhandler e-bøker, men fortsatt tar for seg en versjon av myten. Denne gangen er det ikke de store aktørene i forlagsbransjen Korsvold er kritisk til, men de store bokhandelkjedene.

Myten får her en ny vri. De mektige bokhandlene, med de store forlagene i ryggen, kveler de små og mellomstore forlagenes fortjeneste av nettsalg, ved å kreve 5–10 prosent mer for en bok solgt via bokhandelens nettbutikk. Dette er oppå en allerede kunstig høy bokrabatt. Myten kan beskrives som et *metaspråk*: Fordi det er et sekundært språk som man bruker til å tale om, og samtidig for, det første språket (Barthes 1991: 292). Dens virkelighet er dannet av vage og konturløse assosiasjoner, hvor begrepsinnholdet kan innplantes med en helt ny historie eller situasjon (Barthes 1991: 298–299). Det er dette som gjør myten så allsidig og brukervennlig. Aktørene kan ta opp de delene av mytene som passer deres formål, og forkaste det som ikke passer inn. Så lenge de har nok bevismateriale, og de fortsetter å bruke de retoriske midlene, kan de forme og forandre myten nesten i det uendelige for å tilpasse den deres behov.

Korsvolds intervjuobjekter ønsker ikke denne gangen å stå frem med navn av redsel for å bli utestengt fra bokhandelkjedene. De forteller imidlertid hvordan

fastprisen blir et problem for de mindre forlagene fordi bokprisen er faste fra forlagene, men bokhandlene opererer med fritt rabattsystem. Utsalgsprisen på en bok vil være 399 kroner uansett hvor høy rabatt bokhandlene krever. Ifølge artikkelen, krever blant annet Norli Libris mellom 62–68 prosent rabatt, og noen ganger ligger kravet så høyt som 73 prosent (Korsvold 03.10.2012). Korsvold minner oss på at det ikke bare er de store bokhandelkjedene som er problemet her, men også forlagene som eier dem²⁸. Hun har hittil latt sine intervjuobjekter stå for patos, men denne gangen står hun selv bak de sterke følelsene, og det gjennom skremselspropaganda. Hun beskriver hemmelige avtaler, bekymrede og pressede aktører i små forlag, og bokhandelkjedene fremstilles som en pengegrisk forlengelse av forlagene som eier dem.

Det kan muligens virke som Korsvold har gitt opp å kjempe mot en boklov når høsten kommer. Hun velger i hvert fall sette søkelyset på et annet aspekt av bokbransjen. I artikkelen intervjuer hun også kategori- og markedsdirektøren i Norli Libris, Morten Aas, som finner det betenkelig at forlag sender konfidensielle avtaler til avisene. Det som kanskje ikke så overraskende er at det blir sendt til *Aftenposten* og Korsvold, siden de har vært så åpne om sin skepsis bokbransjen.

Kvalshaugs juleønsker

I desember 2012 skriver igjen Kvalshaug en kommentar. Det har nesten gått ett år siden han hevdet at forlagsbransjen skapte en ineffektiv Bokskya for å sinke det norske e-bokmarkedet. I desember er e-bokmarkedet fortsatt lite, bare 0,6 prosent av omsetningen (Kvalshaug 19.12.2012). Det har likevel hendt mye i markedet.

Fortsatt ulmer skepsisen til bokbransjens vertikale maktsentrering, og enda myten brukes mindre som argument lengre utover i året, viser Korsvolds artikkel at den lever i beste velgående. Fortsatt er mange misfornøyde med den norske e-bokløsningen, og Kvalshaug undrer seg over når det kommer en felles nettbokhandelen for de norske forlagene med like enkel løsning som Amazon. Nettbokhandelen kommer selv under hardt vær i løpet av 2012, men dette ser ikke ut til å bry Kvalshaug, han er mer bekymret over at det ikke blir norske lese Brett under juletreet i 2012 heller.

²⁸ Unntaket er Notabene, som ikke eies av noen forlag, men som i 2012 ble eid av familien Nicolaisen og Reiten-gruppen (Korsvold 03.10.2012).

***Aftenpostens* kampanje**

Retorikken har forandret seg siden antikken, men dens oppgaver fortsetter å være de samme: Taleren, eller forfatteren, skal prøve å overbevise sitt publikum. De retoriske virkemidlene etos, patos og logos er fortsatt viktige midler for å oppnå dette, men om de brukes aktivt eller ei kan være vanskelig å oppdage. Mytebegrepet ble først myntet av Roland Barthes. Som retorikk kan den sies å allerede ha overbevist siden myten nettopp er en falsk selvfølgelighet, som det blir tatt for gitt er sann. Det er tydelig at dette er tilfellet for *Aftenposten* og dens aktører.

Kvalshaug er den første i rekke av personer i *Aftenposten* som bruker myten som et argument i debatten om det norske e-bokmarkedet. I januar, og senere i desember, lamenterer Kvalshaug over den norske forlagsbransjens dårlige e-bokløsning. Hans konklusjon er som mange andres i perioden, at de store forlagene ikke ønsker en god norsk e-bokløsning siden de investerte i de tradisjonelle bokhandlene og derfor må hegne om papirbøkene. Hans nysgjerrighet for emne stopper på et overfladisk nivå, hans interesse går bare langt nok til å påpeke problemet. Kaja Korsvold går dypere inn på temaet i sine artikler. Hun trekker trådene fra dagens skepsis til forlagsbransjen, tilbake til maktsentreringen som begynte i 2005, da regjeringen ga forlagene mulighet til å kjøpe seg inn i de store bokhandelkjedene.

Det blir stille fra Korsvold utover våren, men i oktober dukker hun opp igjen, og denne gangen tar hun fatt på bokhandelkjedenes maktmisbruk. De store bokhandelkjedene presser små forlag til å gi dem høy rabatt, og forleggerne er så redde for represalier at de ikke tørr å stå frem med navn. Her kommer myten frem i en annen utgave. Fordi myten er dobbelttydig, meningsbærende på ene siden og tom på andre, kan Korsvold tilpasse mytens innhold og forme den etter sitt ønske, slik også Kvalshaug har gjort før henne. Myten forholder seg på denne måten lik i kjerneverdier, men kan bearbeides til å passe en ny falsk selvfølgelighet.

Etos, patos og logos henger sammen, og kan uttrykkene kan til en viss grad gli inn i hverandre. Flere, blant annet Kvalshaug, bruker logos til å skape patos, og etos brukes for å forme troverdighet så leseren vil tro på aktørenes logos. Myten brukes ofte som logos, som et argument for å overbevise leseren. Samtidig er den avhengig av å skape patos i leseren for å overbevise, nettopp fordi den er en myte – altså en utbredt, men falsk oppfatning.

Korsvold har fått mye medfart så langt, det er imidlertid viktig å poengtere, at bak hennes kritiske artikler står en redaktør og godkjenner hennes tekster for publisering. Kultur- og debattredaktør i 2012 er Knut Olav Åmås, som selv går ut og kritiserer forlagsbransjen i denne perioden. Det kan derfor virke som det er kulturredaksjonen, eller også muligens hele avisens redaksjon, som driver en kampanje mot forlagsbransjen. De retoriske midlene handler nettopp om å overbevise publikum, og *Aftenposten* ønsker å overbevise sine lesere om at de største forlagene utnytter maktsentreringen i bransjen. Avisens eierselskap, Schibsted, holdes imidlertid helt utenfor diskusjonen, enda Schibsted forlag er Norges fjerde største forlag i perioden. Oppmerksomheten er på de tre største forlagene, de som kjøpte opp bokhandlene Ark, Norli Libris og Tanum.

Forlagsbransjen prøver å svare på angrepene, men det er først og fremst *Aftenpostens* egne aktører og deres kampanje mot bokbransjen, som har vært interessante i avisens e-bokdebatt. Myten dukker også opp som et argument i andre aviser, og flere aviser er kritiske til forlagsbransjens trege e-bokløsning. Ingen andre aviser iverksetter imidlertid en lignende kampanje.

E-bokdebatt i andre aviser

Flere aviser diskuterer forlagsbransjen, deres e-bokløsning og bokloven i 2012. Myten brukes ikke som et argument i samme grad i andre aviser, som den gjør i *Aftenposten*. Det er andre temaer de er mer opptatt av enn myten, som bokloven, Amazon og e-bokutlån i bibliotekene. Jeg vil derfor heller følge andre deler av e-bokdebatten, men myten vil kommenteres når den dukker opp. Flere personer fra forlagsbransjen publiserer kommentarer i *Dagbladet*, *Dagens Næringsliv* og *Klassekampen*. De prøver på samme tid å reparere et frynsete rykte, forsvare sin posisjon i e-bokmarkedet, og overbevise Norge om at vi trenger en boklov.

Dagbladet

Det var *Dagbladets* intervju med kulturminister Anniken Huitfeldt i romjulen 2011, som var begynnelsen på e-bokdebatten i 2012. Under tittelen “Slakter norsk e-boksatsing” kritiserer hun det dårlige utvalget og den høye prisen, Bokskya og skepsisen til forlagsbransjens maktkonsentrering (Huitfeldt i Ottosen og Ramnefjell 28.12.2011). Debatten raser i *Dagbladet* gjennom januar og februar, men det stilner fort.

Huitfeldts ensomme kamp

Det er *Dagbladets* påtroppende kulturredaktør, Geir Ramnefjell, som står bak de fleste artiklene om e-bokdebatten i denne avisen. Ellers er det aktører utenfra som får sine kommentarer publisert. Ramnefjell fortsetter å skrive om Huitfeldt etter sitt intervju med henne i slutten av 2011. Han er mer interessert i det han anser som hennes e-bokrevolusjon, enn å diskutere konspirasjonsteorier.

Etos kan beskrives som forfatterens personlighet eller vesen (Andersen 1995: 34). Som journalist skaper ikke Ramnefjell bare sin egen etos, men også etosen til personene han intervjuer, slik jeg har påpekt tidligere med Korsvold. Hun lar for det meste sine intervjuobjekter snakke for seg, eller skaper en illusjon om at de får gjøre det. Ramnefjell velger å bruke sin rolle som etos-skaper til å vise frem ønskede sider ved sitt intervjuobjekt. Han portretterer Huitfeldt som en ensom stemme, kjempende alene mot en grådig forlagsbransje og dens samarbeidspartnere. I en leder 4. januar

forteller han om en kulturminister som forholdt seg taus da kulturkomiteen åpnet for en boklov i begynnelsen av 2011. Hun setter opp to komiteer for å utrede en eventuell boklov, men hun fortsetter å være reservert frem til intervjuet i romjulen samme år, da hun endelig tar bladet fra sin munn²⁹ (Ramnefjell 04.01.2012).

Ramnefjell beskriver en forlagsbransje som i begynnelsen av 2011 hadde alt: En regjering som var villig til å gi dem hva de ønsket, en boklov som erstatning for bokavtalen, og et samarbeid mellom de største forlagene for en felles e-bokløsning som skulle holde bokkrona i Norge. Så kom den bebudede Bokskya, og plutselig var mye av tilliten forlagsbransjen nøt fra politisk hold, borte. Her trekker Ramnefjell frem myten. For mange virket det som om de ikke ønsket å skape et marked for e-bøker i Norge. Igjen er det mulig å se et historisk grunnlag for myten: Den kan ikke oppstå naturlig, av seg selv, men baseres på historiske hendelser (Barthes 1991: 284). Regjeringens villighet til å gi forlagsbransjen bokloven de ønsker, har gjort flere aktører skeptiske. Ramnefjell dveler ikke ved myten mer enn en kort kommentar, men bruker den som bevis materialet mot forlagsbransjen i sin sak for kulturministeren.

Han skaper patos ved å beskrive sine aktører i svart/hvitt. Forlagsbransjen svartmales med logos basert på myten: tanken om at de ikke ønsker et e-bokmarked i Norge, er basert på feiltrinnet som var Bokskya. Samtidig skaper han sympati med Huitfeldt ved å beskrive henne som den eneste som har gjennomskuet forlagenes bransjespill.

Frisk bris

20. februar skriver den andre forfatteren av romjulsintervjuet med Huitfeldt om hva en boklov vil bety for vanlige mennesker, mens Ramnefjell fortsetter å følge Huitfeldt. Hun begynner nå å gå tom for argumenter mot bokloven. Utredningene er publisert, og de fleste forventer at om kort tid er endelig loven på plass (Ramnefjell 20.02.2012). Ramnefjell overveier om hennes motstand mot bokloven har vært en taktisk handling for å starte en debatt. Dette kan virke som en mulig overvurdering av Huitfeldt, siden hun åpent vurderer nye utredninger i juni.

Ramnefjell står fast ved sitt bilde av kulturministeren, og forventer at når hun

²⁹ Hvis det det som foregår i 2012 er en maktkamp, slik Ramnefjell beskriver det. Taper den ensomme Huitfeldt mot den mektige forlagsbransjen: Høsten 2012 trer Hadia Tajik inn som kulturminister, og en av hennes første vedtekter er bokloven

begynner å skrive på bokloven vil den inneholde “en liten kilevink fra ministeren mot bransjens digitale satsing”. Som flere av aktørene tidligere er Ramnefjell skeptisk til forlagsbransjen. Han mener tydeligvis at den har fått alt den har pekt på, og at det muligens er på tide å avslutte denne praksis. Huitfeldts stille protest ser ut til å ha vært en frisk bris for han, samtidig som han er enig i hennes uttalelser.

Etter denne artikkel blir det stille fra Ramnefjell på dette feltet. Det kan virke som de fleste på dette tidspunktet forventer at bokloven er rett rundt hjørnet. Han forholder seg stille når Hadia Tajik tar over som kulturminister i september. En av hennes første vedtekter er bokloven. Det som er sikkert er at han har tatt en original vinkling på debatten, samtidig som han får kritisert den norske e-bokløsningen, som han tydeligvis er skeptisk til.

Bokloven entrer myten

Ivar Tronsmo er aktiv i flere aviser. I *Dagbladet* skriver han en artikkel hvor han tar for seg e-bøker og bokloven. Som med flere av hans andre innlegg, kan teksten minne om en patosappell for e-boken, som han er redd for at går en usikker framtid i møte hvis bokloven blir et faktum. Han bruker introduksjonen til å forme patos:

Bokbransjen står ovenfor den største revolusjonen siden Gutenberg, og forfattere og forlag bør forstå hvilke fantastiske nye muligheter dette gir (Tronsmo 06.01.2012).

Tronsmo prøver faktisk her å forme optimistiske følelser for e-bokens framtid, samtidig som han fortsetter å advare mot bokloven og bokbransjen.

I klassisk retorikk anbefales det å unngå patos i åpningen, og patosappellen skal helst komme på slutten. Tronsmo velger istedenfor å avslutte med logos når han argumenterer for fripris på e-bøker (Jor 2003: 85). I den forstand snur han teoriene på hodet, men Jor poengterer, at i en skriftlig framføring må tilhøreren fanges fra første stund, for å få leseren til å lese videre (Jor 2003: 59).

Tronsmo mener at grunnen til at den norske forlagsbransjen er så bakstreverske når det gjelder e-bøker, er at fordi de store forlagene har investert milliarder i oppkjøpet av bokhandlene. Et suksessrikt e-bokmarked vil derfor bli en økonomisk katastrofe for forlagene. Så langt er myten lik den fra *Aftenposten*. Når myten diskuteres i sammenheng med bokloven, bearbeides til den for å tilpasse sitt nye tema, på samme måte som Korsvold gjør med bokhandlene:

'Bokbransjen' er derfor smarte når de forsøker å bremse utviklingen. Strategien er en tilsynelatende satsing på e-boka, med et elendig bokutvalg og høye priser. En boklov med faste priser er det viktigste virkemidlet i denne strategien (Tronsmo 06.01.2012).

Bokloven blir her en del av strategien for å bremse e-bokutviklingen. Meningen i myten er fortsatt det samme, men nå er også bokloven innlemmet som en del av den.

Som Hegnar, er også Tronsmo sikker på at forlagsbransjen håper at bokloven vil redde den fra en usikker fremtid. Høye, faste e-bokpriser garanterer for positive resultater: Sannsynligvis blir e-boka en fiasko, men blir det en suksess vil forlagene tjene godt på de høye prisene. Begge aktørene ser det som en selvfølgelighet at bokloven bare er en del av forlagsbransjens spill for å sikre seg mer makt og mer penger. Det er nettopp slike falske selvfølgeligheter myten livnærer seg av (Barthes 1991: 9).

I løpet av året utvikles myten til å inneholde forskjellige aspekter for å tilpasses aktørenes bruk. Den begynner i sin enkleste form. Basert på Bokskyas fiasko, blir flere overbevist om at forlagene ikke ønsker et suksessrikt e-bokmarked i Norge. Når bokloven begynner å debatteres, får også denne innpass i myten: Bokloven anses som et strategisk steg i de største forlagenes plan om å holde på makten. Kommer e-boken under bokloven, får de også kontroll på e-bokmarkedet. I begge tilfellene er det patos som står i spissen for argumentasjonen, og underliggende er frustrasjonen over hva aktørene ser på som avsvergelse av et godt utviklet norske e-bokmarked.

Frynsete rykte

Dagbladet publiserer noen kommentarer til Huitfeldts intervju i januar. De fleste av disse er rettet mot kulturministeren og ikke mot journalistene. Debattinnlegg publiseres uten bemerkninger fra redaksjonen. Marie L. Kleve³⁰ velger imidlertid å kommentere Busets innlegg i *Aftenposten*, "Deprimerende tøv". Hvis det *Aftenposten* driver med er konspirasjonsteorier, og det ikke er vilje som er problemet hos forlagsbransjen, hva er det da, spør hun (Kleve 09.01.2012)? Som flere andre i denne perioden, setter Kleve spørsmålstegn ved forlagsbransjens intensjoner. For er det noe forlagsbransjen ikke har fått til, så er det å skape sympati i media. Eller så har den mistet den, slik Ramnefjell påpeker. Ryktet dens er i hvert fall relativt frynsete på

³⁰ Journalist i *Dagbladet*. Jobber en del med barnelitteratur.

dette tidspunktet.

To personer fra forlagsbransjen svarer på kritikken. Samme dag som Kleve kommenterer Busets innlegg, publiseres også et intervju med Kristenn Einarsson. Som nyansatt direktør i Forleggerforeningen kan det virke som han ønsker å forbedre bransjens rykte (Ottosen 09.01.2012). De eneste fra forlagsbransjen som har klart å bruke patos til å vekke følelser i meg så langt, er Piratforlagets Steen og Kjær. Med støtte fra journalist Peder Ottosen³¹ kan Einarsson stå fram som en sympatisk person som jobber hardt for å gjøre e-bokløsningen bedre. Einarsson prøver i løpet av sin første periode å lappe litt på forlagsbransjens rykte, men kritikken fortsetter å komme.

Mads Nygaard³² er blant de som svarer på Huitfeldts slakt av Bokskya. Han ser ut til å ville oppnå med kommentaren sin. For det første, vil han forsvare seg mot hennes kritikk av den høye e-bokprisen. Nygaard påpeker at e-bokprisen er lavere enn prisen på papirbøker, men at det legges på en moms på 25 prosent oppå denne prisen. Dette er ifølge han, den faktiske grunnen til den unødvendig høye e-bokprisen (Nygaard 03.01.2012). Ikke bare ønsker han å forsvare prisingen av e-bøker, han slår samtidig et slag for fastprissystemet.

Han er en av mange aktører fra forlagsbransjen som argumenterer for bokloven i denne perioden. Mange av dem er veldig opptatt av logos. Buset, Einarsson og Nygaard svarer sine kritikere ved å vise til meningsmotstandernes feil, og deretter påvise hva de anser som det riktige bevismaterialet. Logos handler om å legge frem de overbevisende momentene (Andersen 1995: 137). Det er dette Nygaard velger å gjøre. Hans etos skapes nettopp gjennom hans insistering på bevismaterialet. Han står frem som en seriøs forlegger når han legger frem tall som motsvar mot Huitfeldt. Nygaard på sin side skaper forståelse når han søker å overbevise leseren om at Aschehoug er ivrig etter å oppdage e-bokens mange muligheter. Der hvor meningsmotstanderen ville hatt en patosappell, bruker heller Nygaard logos. Ved å vektlegge logos til fordel for patos, kan han fremstå som kald og beregnende.

I begynnelsen av året jobber flere i bokbransjen med å forbedre ryktet etter Bokskya-fiaskoen, og samtidig med å få bokloven vedtatt av regjeringen. Innleggene skrevet av aktører fra forlagsbransjen er ikke bare et forsvar for en dårlig e-bokløsning, men inneholder gjerne også en appell for fastprissystem og boklov. Til forskjell fra sine meningsmotstandere lener de seg tungt på logos, uten å tenke på å

³¹ Den andre journalisten bak Huitfeldts romjulsintervju.

³² Forlagssjef i Aschehoug.

påberope patos, og dette kan kanskje få forlagsbransjen til å virke kald og kalkulerende. Slik er muligens Piratforlagets appell den beste, den virker genuin på en måte Nygaard ikke klarer.

Til forskjell virker det som patos er det viktigste overbevisningsmiddelet til aktørene som argumenterer mot forlagsbransjen. Deres bruk av patos handler ikke bare om deres egen frustrasjon mot bokbransjens maktkonsentrering og trege e-bokutvikling. Patos handler om å skape følelser i publikum. Patosappellene hos de aktørene som argumenterer med myten betyr at de fanger inn leseren fortære enn sine meningsmotstandere, som åpner til debatt av sitt ståsted med logos. Bevismaterialet kan brukes til å skape patos, men igjen viser det seg at det gjerne er de som bruker myten som velger denne strategien.

Dagens Næringsliv

I *Dagens Næringsliv* kommenterer redaksjonen nyheter innenfor e-bokmarkedet, men forholder seg stille i debatten. Til forskjell fra *Dagbladet* og *Aftenposten*, forholder den seg anonym i journalistikken. Flere utenforstående aktører velger å kommentere andres innlegg i denne avisen.

Forlagsbransjens inkompetanse

Torgrim Eggen³³ henviser til Mads Nygaards kommentar i *Dagbladet*, hvor Nygaard hilser Huitfeldt med “Godt nytt e-bokår!”. Eggen spør om 2011 kan kalles et e-bokår, når det er preget av en fiasko som skadet tilliten til den norske bokbransjen (Eggen 07.01.2012). Også han er kritisk til Bokskya, og forlagenes behandling av det norske e-bokmarkedet.

Eggen holder seg lenge borte fra myteargumentene. Han poengterer at oppegående, friske mennesker har kalt forlagsbransjens treghet en konspirasjon. Selv tror han imidlertid ikke at dette har blitt gjort med viten og vilje, men at det handler om inkompetanse. På slutten av artikkelen klarer han imidlertid ikke å dy seg. Han påpeker at den vertikale integreringen som er gjort i forlagsbransjen, og de milliardene som er investert i tradisjonelle bokhandlere, er grunnen til at det er så

³³ Norsk forfatter, journalist og musiker. Skriver bare denne ene kommentaren om e-boken i 2012. Hans bok *Trynefaktor* ble utgitt som gratis e-bok i 2011 gjennom Cappelen Damm.

viktig for forlagene å knytte bokhandlene til bokavtalen. Eggen bestrir myten som så ofte brukes av *Aftenposten*, men godtar samtidig myten i henhold til bokloven. Fastprissystemet ser han på som et desperat forsøk fra forlagsbransjen å beholde bokbransjen slik den er i dag.

Å bygge sin etos er et retorisk middel som brukes for å få leseren interessert, deretter kan forfatteren lede sitt publikum dit den vil (Jor 2003: 49). Enda jeg kan være uenig i flere av innleggene i e-bokdebattene, kan jeg likevel være enig i deres logos, eller se deres side av en sak. Også dette er et produkt av en godt formet etos. Eggen klarer ikke å skape sympati i meg som leser. En grunn til at publikum kan bli skeptisk til forfatteren og hans sak, er at leseren ikke liker måten personen formulerer seg på (Jor 2003: 23). For min del virker Eggen bare arrogant, når han kaller forlagsbransjen inkompetent, og han deler det norske folk inn i vanlige lesere og “superlesere”. Han forteller at disse superleserne, i forhold til de vanlige, bare leser e-bøker og bare på engelsk. De er altså utenfor verdiskapningen i Bok-Norge, og har vært det en stund. Hva dette argumentet har med hans budskap å gjøre kan være vanskelig å forstå, siden det antagelig blir umulig å trekke disse leserne tilbake til Bok-Norge. Norsk forlagsbransje arbeider hovedsakelig med litteratur på norsk, ikke engelsk.

Eggen patos klarer åpenlyst å skape følelser i meg som leser, men det er ikke de følelsene han ønsker. Jeg blir irritert på han og hans argumentasjon, ikke forlagsbransjen. Dette gjør igjen at jeg leter etter feil i hans bevismateriale. Avsenderen er en del av budskapet, og dersom tilhøreren skal tro på avsenderes budskap må tilhøreren også tro på avsenderen (Andersen 1995: 35). Det eneste Eggen har klart å overbevise meg om, er hvor viktig en godt formet etos er.

Forlagsbransjen i forsvarsposisjon – del II

8. mars publiserer Einar Ibenholt en av kommentarene som får Knut Olav Åmås til å skrive sine syv punkter i *Aftenposten*. Ibenholts³⁴ kommentar er en protest mot Åmås’ uttalelser et i svensk radioprogram. Han skaper seg en etos som en forkjemper for

³⁴ Ibenholt er en av flere forlagsaktører som peker på en utvikling i den amerikanske bokbransjen i 2012. Seks store forlag samarbeidet imot Amazon for at forlagene skulle få sette prisen på e-bøker. Forlagene vant frem, men tapte etter hvert i retten sammen med Apple, og Amazon fikk fortsette presset mot forlagene (Ibenholt 08.03.2012).

kulturlivet, og setter opp Åmås som en motstander. At en kultureddaktør kan hevde at litteratur bør ses på som varer i et marked, er helt uforståelig for Ibenholt. Han mener at dersom markedskreftene får løpe fritt, vil kulturlivet kveles. For selv om bøker er en vare, bør kultur og marked reguleres (Ibenholt 08.03.2012). For å illustrere sitt ståsted, viser han til maktkampen mellom Amazon og IPG³⁵. De reforhandler i denne perioden om en ny kontrakt, men kommer ikke til enighet. Ibenholt har ingen tro på at IPG kommer til å gå seirende ut av konflikten, og spør Åmås om det er slike tilstander uten et mangfold av litterære han ønsker i Norge. Ibenholt bruker logos på samme måte som flere av aktører som argumenterer *imot* forlagsbransjen har gjort, nærmest som skremselspropaganda, og med en patosfylt påpeking av hvor farlig motstanderens mening faktisk er. Han er den første i forlagsbransjen som aktivt har brukt patos på denne måten i debatten.

Tom Harald Jenssen³⁶ velger å kommentere *Aftenpostens* avsløringer av bokhandelkjedenes rabatter i *Dagens Næringsliv*. Som flere andre aktører fra forlagsbransjen, er han mer opptatt av logos, enn å skape følelser i leseren gjennom patos. Her forklarer han bakgrunnen for 74 prosent rabatt på en bok, at dette kun gjelder et abonnement på førsteeksemplar (Jenssen 05.10.2012). Han argumenterer også for at fripris betyr større fokus på bestselgerbøker. Forlagsbransjen ønsker å beholde dagens ordning, og Jenssen mener fastpris og boklov vil gjøre dette.

Hvis logos handler om å tilpasse seg sitt publikum, kan det virke som om meningsmotstanderne henvender seg til et vidt forskjellig publikum. Den ene siden argumenterer med tall og forventer rasjonalitet, den andre siden argumenterer med bevismateriale som utformet for å danne følelser. Et forbehold mot denne konklusjonen, er Einar Ibenholt. Her finner vi en person fra forlagsbransjen som bruker de samme midlene som meningsmotstander. Enda de fleste forholder seg til logos, og demper patos, bruker Ibenholt patos for å skape usikkerhet på samme måte som flere myte-brukere har gjort. I artikkelen sin kritiserer han Åmås og hans fripristankegang, men Ibenholt kommenterer samtidig Amazon, som han er tydelig skeptisk til.

³⁵ Independent Publishers Group, en distribusjonssentral for omtrent 500 små, uavhengige forlag.

³⁶ Styreleder i Forleggerforeningen og konsernsjef i Cappelen Damm.

Klassekampen

Klassekampen er kanskje den avisen som skriver flest artikler om e-bøker, og som viser mest forståelse for forlagene i e-bokdebatten. Dette betyr ikke at avisens journalister ikke er kritiske. Også her kommenteres tregheten, men de er mer interesserte i andre temaer i diskusjonen enn myten. De skriver mye om bokloven, e-bokutlån³⁷, og Amazon³⁸ og dens rolle i bokbransjen. Jeg har valgt å ta for meg journalistenes valg om å forholde seg nøytrale når de intervjuer aktører angående e-bokmarkedet. Deretter Amazon, som er en stor aktør i e-bokverdenen, og *Klassekampen* skriver flere artikler om nettbokhandelen.

Nøytralitetens etos

Også i *Klassekampen* bemerkes e-bokkritikken fra Huitfeldt, romjulen 2011. Inspirert av kulturministerens offensiv, intervjuer journalistene Dag Eivind Undheim Larsen og Sandra Lillebø, inspirert av kulturministerens offensiv, flere personer i bokbransjen om deres meninger: *Klassekampens* hovedanmelder Tom Egil Hverven, avtroppende leder i Forfatterforeningen Anne Oterholm, jusprofessor Jon Bing, Bjarne Buset og Ivar Tronsmo. Undheim Larsen og Lillebø forholder seg overraskende nøytrale i forhold til mange aktører i debatten, og lar intervjuobjektene få si sitt uten å kommentere. Også dette er bruk av etos, tillit og troverdighet er noe forfatteren prøver å skape i leseren (Jor 2003: 29). Journalistene former sin egen etos som upartiske aktører, og får troverdighet på denne måten. Der Korsvold og Ramnefjell bruker etos til å videreføre sympati til sine intervjuobjekter, skaper Lillebø og Undheim Larsen etos som nøytrale stemmer, som gir aktører fra begge sider mulighet til å komme til orde. Dette betyr nødvendigvis ikke at de selv er upartiske, men at de gjemmer sine meninger bak denne nøytraliteten. De bruker ikke patos for å overbevise med følelser, men bruker heller logos for å skape en upartisk holdning.

³⁷ Av 46 artikler som omhandler e-bøker i *Klassekampen*, handler ni om e-bokutlån (to av disse artiklene er med i statistikken i fotnoten under da de omhandler e-bokutlån i utlandet). På begynnelsen av 2012 kan diskusjonene her minne om myte, men debattens temaer går etter hvert i andre retninger. Jeg har derfor valgt å ikke ta med debatten om e-bokutlån i denne masteroppgaven.

³⁸ Av 46 artikler som omhandler e-bøker i *Klassekampen* handler ni av disse om Amazon, og e-bøker i utlandet (to av disse artiklene er med i statistikken i fotnoten over, da de omhandler e-bokutlån i utlandet).

Lillebø og Undheim Larsen viser begge sider av saken, og tar ikke selv side, men lar sine intervjuobjekter få debattere seg i mellom. Hverven hevder at han er på bøkernes side. Oterholm er redd hun skyter seg i foten, men hun mener at e-bøker bør koste under hundrelappen. Her går hun imot mange andre stemmer i bokbransjen. Bing mener prisen på e-boken bør ligge på halvparten av papirutgaven, mens Buset mener det maks kan være 25 prosent under. Tronsmo fortsetter å forholde seg til myteargumentet når han hevder at debatten rundt fastpris er skapt for å bremse e-bokutviklingen (Undheim Larsen og Lillebø 07.01.2012). Journalistene har ingenting de ønsker å overbevise leserne om, men vise heller bredden i debatten. Derfor kommer de ikke frem til en konklusjon, men lar diskusjonen forbli åpen.

Lillebø dukker opp igjen med en liten notis 13. januar. Selskapet bak Bokskya, Den norske databasen, kan rapportere at e-boka selger bedre enn ventet. Hun påpeker samtidig, at selskapet er svært tilbakeholdent når det gjelder detaljer for e-boksalget. Det eneste som poengteres er at tallene ikke gjelder gratiseksemplar av e-bøker (Lillebø 13.01.2012). *Klassekampen* fortsetter en nøytral journalistikk gjennom å belære via logos, men istedenfor å bruke logos for å overbevise leserne om sine meninger, velger Lillebø her å avdekke andres mangel på bevismateriale.

Amazon-myten

Gjennom hele e-bokdebatten brukes Amazon som et bevis. Vidar Kvalshaug mener nettbokhandelen er et eksempel forlagsbransjen bør følge. Forlagsbransjen på sin side, mener at Amazon er et skrekkeeksempel på hvordan Norges e-bokmarked kan bli. Nettbokhandelen har vist i sin behandling av IPG at den kan være hensynsløse mot små forlag. Torgrim Eggen forventer at den norske bokbransjen vil bli knust, om Amazon noen gang skulle komme på det norske bokmarkedet (Eggen 07.01.2012). Han glemmer at det norske bokmarkedet har andre regler enn det engelskspråklige. I desember rapporterer *Klassekampen*, at Amazon har tatt kontakt med Den norske bokdatabasen, ikke ville gå med på prismodellen i Den norske bokdatabasens standardkontrakt (Flemmen og Lillebø 04.12.2012).

1. februar skriver Olav Østrem³⁹ om Amazons planer om å begynne et forlag, og reaksjonene dette har skapt i den engelskspråklige forlagsbransjen. Nettbokhandelen har fått rykte på seg som uvillig til å samarbeide med forlag om pris

³⁹ Utdannet jurist, har jobbet som journalist siden 2002.

og markedsføring av bøker (Østrem 02.02.2012). Nå vil de også ta kontroll over forlagsleddet. Østrem intervjuer flere personer fra amerikansk og britisk bokbransje. Deres svar vitner om at meningene er like sprikende i den engelskspråklige bokbransjen, som den er i den norske.

Et av Østrems intervjuobjekter, Jon Konrath⁴⁰, viser med sine kommentarer at e-bokmyten er et internasjonalt fenomen. Han hevder at forlagene gjør alt de kan for å beskytte papirbøkene. Myten er altså ikke ny, og heller ikke av norsk opprinnelse. Norske aktører har forandret den for å tilpasse den våre forhold. Det virker altså som debattene som foregår i Norge, også finner sted i utlandet. Som Kvalshaug, går ikke Konrath nærmere inn på emnet, men han sammenligner dagens forleggere med bartenderne som solgte drinker på Titanic.

Østrems intervjuobjekter fra den internasjonale forlagsbransjen bruker også patos når de angriper Amazon med de samme retoriske grepene som blir brukt i debatten om den norske e-boka. Christopher MacLehose⁴¹ mener hele bokbransjen bør være bekymret fordi nettbokhandlenes strategi er å konkurrere forlagene i senk, og deretter overta forlagenes gamle rolle. Han bruker samme skremselstaktikk som flere aktører i Norge. MacLehose har, til forskjell fra Konrath, litt logøs i sitt argument: Amazon dumpet prisene på e-bøker så kundene ble vant til billige bøker, samtidig har nettbokhandelen vist veldig liten vilje til å samarbeide med forlagene. Som med e-bokmyten kan ikke disse påstandene bevises, og det kan se ut som den utenlandske forlagsbransjen selv bruker myten i debatten om Amazon.

I februar ble ikke Amazons rykte bedre da de under forhandlingene med et forlaget Hatchette trakk e-bøkene fra nettbokhandelen, fordi forlaget nektet å gi mer rabatt (Kulås 24.02.2012). Dette er en praksis som har fortsatt frem til i dag⁴². Også her ser vi likheter til den norske forlagsbransjen. Korsvold rapporterer lignende tilstander med bokhandelkjeden Norli Libris i oktober.

Dagen etter at Østrem skriver om Amazons publiseringsplaner, intervjuer han Tronsmo og Buset angående nettbokhandelen. Buset legger seg på samme linje som de fleste forlagspersonene når det gjelder Amazon. Han er skeptisk til det han kaller

⁴⁰ Krimforfatter som har gjort stor suksess gjennom Amazons selvpubliseringstilbud.

⁴¹ Britisk forlegger i MacLehose Press.

⁴² I 2014 engasjerte flere av verdens største forfattere seg i forhandlingene mellom Amazon og Hatchette da forlaget ikke ville gi Amazon større rabatt og nettbokhandelen gjorde det vanskeligere å finne Hatchettes bøker på deres hjemmeside (Klakken 05.06.2014).

Amazons hypermarked. Tronsmo på sin side, mener at både Amazon og de store norske forlagene har for mye makt, og at en slik ordning ikke er ideell (Østrem 02.02.2012). Uansett er det ennå unødvendig å bekymre seg for nettbokhandelen, siden den ikke kan godta den norske prismodellen fra Den norske bokbasen (Flemmen og Lillebø 04.12.2012).

Internasjonal debatt

Det er flere likheter mellom den norske og den internasjonale e-bokdebatten. For det første virker det som myten er internasjonal, og ikke av norsk opprinnelse. Fordi myten består av to overlappende lingvistiske systemer, har begrepsinnholdet i myten to sider: En meningsside som er full, og en formside som er tom. Dette gjør at aktører kan forandre myten, og tilpasse den sitt bruk.

Også de retoriske midlene blir brukt på lignende måter både i Norge og i utlandet. Amazon blir beskyldt for å presse små forlag til høyere bokrabatter, og høsten 2012 gjør Korsvold lignende avsløringer i Norge. Flere aktører driver nærmest med skremselspropaganda, når de beskriver konsekvensene av å la de store aktørene få ture frem som dem vil. I Norge gjelder det mest de aktørene som er skeptiske mot maktsentreringen i forlagsbransjen, som bruker dette. Internasjonalt kan det virke som det myten brukes både av aktører som er skeptiske til forlagsbransjen, og av faktisk av forlagene, som bruker slik skremsel mot Amazon.

Flere norske aviser interesserer seg for Amazon, men i 2012 er det *Klassekampen* som gir nettbokhandelen mest oppmerksomhet. *Dagens Næringsliv* bringer for det meste nyheter om e-bokmarkedet i Norge, og ikke i utlandet. Deres journalistikk er også nøytral, lik *Klassekampens*. Her er det ikke åpenbart hvilken side redaksjonen er på. Mange utenforstående aktører velger imidlertid å publisere sine artikler i denne avisen. Flere personer fra forlagsbransjen forsvarer forlagenes posisjoner i *Dagens Næringsliv* og *Dagbladet*. Samtidig jobber de hardt for å få en boklov i Norge. Deres argumentasjon er ofte basert i logos, til forskjell fra sine meningsmotstandere som gjerne lener seg tungt på patos.

Det kan virke som Ramneffjell inspireres av intervjuet han gjør med kulturministeren i romjulen. Han fortsetter å følge henne, og e-bokutviklingen, utover våren. Han anser hennes taushet som en stille kamp mot forlagsbransjen, og bruker sin journalistiske etos til å skape et bilde av Huitfeldts ensom, kjempende mot

forlagsbransjen. Hvis dette bildet er korrekt, vant imidlertid forlagsbransjen. Hadia Tajik tok over som kulturminister i september, og begynte arbeidet med bokloven. Etter ett år som kulturminister fikk Norge imidlertid en ny regjering, og bokloven ble lagt på hylla. Forlagsbransjen fortsatte likevel arbeidet med bokloven, så et utkast er klart hvis det igjen skal bli anledning for en norsk boklov.

Konklusjon

E-boken debatteres i flere aviser i løpet av 2012. De avisene hvor flest artikler publiseres om emnet, er *Aftenposten*, *Dagbladet*, *Dagens Nærings liv* og *Klassekampen*. Diskusjonen, slik den ser ut dette året, kan spores tilbake til Geir Ramnefjell og Peder Ottosens intervjuet med Anniken Huitfeldt, romjulen 2011. Her kritiserer hun blant annet det norske e-bokmarkedet, Bokskya, den trege e-bokutviklingen, prisen på e-bøker, og om e-boken bør innlemmes i en eventuell boklov.

Det har vært spesielt interessant å kartlegge *Aftenpostens* side i debatten. Redaksjonen i denne avisen driver nærmest en kampanje mot forlagsbransjen. Mange artikler skrives om forlagsbransjens vertikale maktsentrering, og den dårlige e-bokløsningen. Spesielt Kaja Korsvold har vært en flittig deltaker i debatten. Hun intervjuer flere aktører, og skriver noen svært kritiske artikler.

Først ute i debatten var Vidar Kvalshaug, som er veldig skuffet over Bokskya. Han kan ikke se for seg at det finnes en annen forklaring bak den elendige e-bokløsningen, enn at forlagsbransjen har gjort den så dårlig med vilje. Kvalshaug er heller ikke den eneste med denne ideen. Dette argumentet går ofte igjen i debatten uten at noen etterprøver påstanden. Det virker som det fleste bare tar det for gitt at dette er sant. Påstanden får et mytisk preg.

En myte kan defineres som en falsk selvfølgelighet. Den er menneskeskapt, og basert i historiske hendelser. Denne myten har sin begynnelse i 2005, da regjeringen ga forlagene mulighet til å kjøpe seg inn i bokhandelkjedene. Mange var skeptiske til oppkjøpet, og maktkonsentrasjonen som fulgte. At det har tatt forlagene så lang tid å lage en e-bokløsning, og at den viste seg å være så lite brukervennlig, har flere sett på som en forlengelse av denne maktsentreringen. De hevder at forlagsbransjen ikke ønsker et e-bokmarked i Norge, fordi e-bøker truer papirboksallet i de tradisjonelle bokhandlene.

Myten dukker opp i flere utgaver i løpet av året. Fordi myten består av to overlappende lingvistiske systemer, har begrepsinnholdet i myten to sider: En meningsside som er full, og en formside som er tom. Dette gjør at aktører kan forandre myten, og tilpasse den etter sitt bruk. Dette året er det stor interesse for om bokloven skal vedtas på Stortinget eller ikke, og loven diskuteres ofte i media. I myten blir bokloven en del av forlagsbransjens strategi for å bremse e-bokmarkedet,

som etter hvert vil ta over papirboksalget. Bokloven blir her en garanti: Blir e-boken en fiasko, har forlagsbransjen reddet bokhandelkjedene. Blir den imidlertid en suksess, kan forlagsbransjen tjene penger på de høye, faste e-bokprisene.

En tredje versjon av e-bokmyten omhandler bokhandelkjedene. De store forlagene bruker bokhandelkjedene til å tyne små forlag for penger, samtidig gjør de det ugunstig for de små forlagene å selge e-bøker gjennom bokhandelkjedens nettbutikker. Det finnes en siste versjon av myten, den internasjonale. Amazon er verdens største nettbokhandel, og har vært en pioner innenfor e-bokutviklingen. Mange norske aktører har ventet utålmodig på en lignende ett-klikks løsning i Norge. Forlagsbransjen, både i inn- og utland, er imidlertid skeptiske til Amazon, deres dumping av e-bokpriser, og det faktum at de har tatt så store deler av markedet. Det viser seg at myten ikke er spesiell for Norge, men at aktører i utlandet også hevder at forlagsbransjen ikke ønsker e-bøker. Denne myten er basert på et annet historisk grunnlag enn den norske, men ideen bak er den samme.

Tradisjonelt beskrives retorikk som kunsten å overbevise. For å oppnå dette brukes gjerne de retoriske midlene nevnt etos, patos og logos. *Dagbladets* Geir Ramnefjell har en spesiell interesse for Anniken Huitfeldt, og følger henne, og e-bokdebatten, utover våren. Etos kan beskrives som forfatterens karakter. Oftest bruker forfatteren etos for å skape sympati i leseren. Som journalist skaper Ramnefjell ikke bare sitt eget etos, men også Huitfeldt sitt når han skriver om henne. Han skaper sympati for Huitfeldt ved å fremstille henne som en ensom stemme, kjempende alene mot en grådig forlagsbransje. Også Korsvold bruker sitt journalistiske etos for å skape sympati med sine intervjuobjekter, men hun bruker det ikke like aktivt som Ramnefjell.

Mens Ramnefjell og Korsvold bruker etos til å skape sympati med sine intervjuobjekter, velger Dag Eivind Undheim Larsen og Sandra Lillebø å forholde seg nøytrale i sin journalistikk. Istedenfor å prøve å overbevise leserne om en side i debatten, gir de begge sider mulighet til å komme med sine meninger. De kommer heller ikke frem til en konklusjon, men lar diskusjonen forbli åpen.

Forlagsbransjen får mye kritikk etter Bokskya-fiaskoen, og flere poengterer at forlagsbransjens gode rykte har fått en smell. De høye e-bokprisene kritiseres jevnlig. Mange aktører er bekymret for at en boklov med fastprissystem også vil bety høye, faste priser på e-bøker. Flere argumenterer for at dette vil skade utviklingen av e-bokmarkedet. Forlagsbransjen svarer på kritikken. Aktørene fra bokbransjen peker på

regjeringen som den skyldige parten bak de høye e-bokprisene. Politikerne har lagt 25 prosent moms på digitale bøker, enda papirutgaven er momsfri.

Det er interessant å se på de ulike måtene aktørene debatterer på. Patos handler om å skape følelser i publikum, mens logos er bevismaterialet. Den ene siden er opptatt av rasjonalitet. De forholder seg til tall og fakta, og bruker ikke mye tid på følelser. Den andre siden argumenterer med bevismateriale som er utformet for å danne følelser. Myten er et eksempel på dette. Den kan inneholde sannheter, men dens konklusjon er basert på patos, og er et godt argument for å skape følelser i publikum. Et forbehold mot denne konklusjonen, er Einar Ibenholt. Her finner vi en person fra forlagsbransjen som bruker de samme midlene som meningsmotstander.

Det kan vel sies at de aktørene som har ventet på at e-bokmarkedet i Norge skal eksplodere, slik det gjorde i USA, antagelig har blitt skuffet. E-bokmarkedet har vokst siden 2012, men det er fortsatt en liten av del av boksalget, både i Norge og internasjonalt. E-bokdebatten fortsetter å blusse opp med ujevne mellomrom, og argumentene har ikke forandret seg stort. Den følelsen om at det haster å få på plass et norsk e-bokmarked, har nok blitt borte. Dette kan også være fordi at de siste tre årene har det vært stor forandring i e-bokutvikling og i e-bokmarkedet.

Siden 2012 har det skjedd mye på e-bokmarkedet. Bare mens jeg har skrevet på denne masteroppgaven, har flere nye utviklinger funnet sted i Norge: Høsten 2013 kom nettbokhandelen Kvalshaug har ventet på. Med e-bok.no kan endelig e-bøker kjøpes med et tastetrykk, så lenge nettbokhandelen har kundens informasjon fra før. Her er ikke bare norske e-bøker samlet, men det er også mulig å kjøpe engelske. I juni 2014 ble e-Bok+ lansert. E-Bok+ er berikete bøker som inneholder tekst, lyd og interaksjonsmuligheter. To måneder etter dette, lanserte Cappelen Damm igjen et nytt produkt: streaming-appen StoryTel. Ideen er basert på abonnementsordninger som Netflix, Spotify og Wimp. For en sum i måneden, kan man laste ned hundrevis av lydbøker til mobil, nettbrett og PC. Om disse blir populære, eller om det kommer til å utvikles andre og bedre produkter må nok andre personer skrive om, siden denne utviklingen viser at også mitt forsøk på å samle e-bokens historie fort vil bli foreldet.

Litteraturliste

- Bjørkeng, Per Kristian. 2012. "Lydbøker i musikkens fotspor". *Aftenposten*. 25.01.2012
- Buset, Bjarne. 2012. "Deprimerende tøv om e-bøker". *Aftenposten*. 06.01.2012
- Buset, Bjarne. 2012. "Mer konkurranse med fastpris". *Aftenposten*. 16.03.2012
- Eggen, Torgrim. 2012. "E-lendigheten". *Dagens Næringsliv*. 07.01.2012
- Falsk, Herodes. 2012. "Forlag i fosterstilling". *Aftenposten*. 05.01.2012 04.12.2012
- Flemmen, Haakon og Sandra Lillebø. 2012. "Amazon snuser på Norge". *Klassekampen*. 04.12.2012
- Ibenholt, Einar. 2012. "Penga eller kulturlivet". *Dagens Næringsliv*. 08.03.2012
- Jenssen, Tom Harald. 2012. "Aftenposten og bokbransjen". *Dagens Næringsliv*. 05.10.2012
- Klakken, Linda. 2014. "Raser mot Amazon". *Klassekampen*. 05.06.2014
- Kleve, Marie L. 2012. "Best på barn". *Dagbladet*. 09.01.2012
- Korsvold, Kaja. 2012. "Varsler slutten for mektige forlag". *Aftenposten*. 05.01.2012
- Korsvold, Kaja. 2012. "Ønsker faste priser også e-bøker". *Aftenposten*. 02.03.2012
- Korsvold, Kaja. 2012. "Skylder på momsen". *Aftenposten*. 03.03.2012
- Korsvold, Kaja. 2012. "Bokhandelkjede tar opptil 74 prosent av det boken koster". *Aftenposten*. 03.10.2012
- Kvalshaug, Vidar. 2012. "En ønsket fiasko". *Aftenposten*. 02.01.2012
- Kvalshaug, Vidar. 2012. "Må snakke pris". *Aftenposten*. 19.12.2012
- Kulås, Guri. 2012. "Fjernar e-bøker". *Klassekampen*. 24.02.2012
- Landro, Jan. 2012. "Norge bør få sin boklov". *Bergens Tidende*. 21.03.2012
- Larsen, Håkon, Helge Rønning og Terje Colbjørnsen. 2012. "E-bøker er med". *Aftenposten*. 06.03.2012
- Lillebø, Sandra. 2012. "Bedre salg enn ventet". *Klassekampen*. 13.01.2012
- Møller, Ingrid Kleiva. 2012. "Professor vil tøyte bokhandlerne". *Klassekampen*. 05.10.2012
- Nygaard, Mads. 2012. "Godt nytt e-bokår, Huitfeldt!". *Dagbladet*. 03.01.2012

- Ramnefjell, Geir og Peder Ottosen. 2011. "Slakter norsk e-boksatsing". *Dagbladet*. 28.12.2011
- Steen, Elisabeth og Tine Kjær. 2012. "Ebok – en ønsket bok". *Aftenposten* 04.01.2012
- Ottosen, Peder og Geir Ramnefjell. 2011. "Slakter norsk ebok-satsing". *Dagbladet*. 28.12.2011
- Ottosen, Peder. 2012. "– Bokbransjen er SKADET". *Dagbladet*. 09.01.2012
- Ramnefjell, Geir. 2012. "Huitfeldts e-bokrevolusjon". *Dagbladet*. 04.01.2012
- Ramnefjell, Geir. 2012. "Huitfeldst sporvalg". *Dagbladet*. 20.02.2012
- Tronsmo, Ivar. 2012. "Boklov og e-bøker". *Dagbladet*. 06.01.2012
- Undheim Larsen, Dag Eivind og Sandra Lillebø (2012) "Drømmen om en e-bok". *Klassekampen*. 07.01.2012
- Østrem, Olav. 2012. "Amazon-angst i forlagene". *Klassekampen*. 01.02.2012
- Østrem, Olav. 2012. "Tiltrengt nytenking". *Klassekampen*. 02.02.2012
- Åmås, Knut Olav. 2012. "En bokbransje med begjær". *Aftenposten*. 14.03.2012

Sekundærlitteratur og metode

- Andreassen, Trond. 2012. *Bok-Norge. En litteratur-sosiologisk oversikt* [1992]. Oslo
- Andersen, Øivind. 2012. *I retorikkens hage* [1995] Oslo
- Barthes, Roland (1972) *Mythologies* [1957]. New York
- Gardiner, Eileen og Ronald G. Musto. 2010. "The Electronic Book". *The Oxford Companion to the Book. Volume 1*. Red. Michael F. Suarez, S.J. og H. R. Woudhusyen. Oxford
- Jor, Finn Eivind. 2003. *Ordenes herre*. Oslo
- Malt, Ulrik. 2009. "Karakter". *Store norske leksikon*. 13.02.2009. <<https://sml.snl.no/karakter>>. Lastet ned 10.05.2015
- Oslo Economics. 2012. *Utredning om litteratur- og språkpolitiske virkemidler*. Oslo
- Rønning, Helge, Tora Slaatta, Olav Torvund, Håkon Larsen og Terje Colbjørnsen. 2012. *Til bokas pris. Utredning av litteraturpolitiske virkemidler i Europa*. Oslo

Appendiks

- 28.12.2011 “Huitfeldts e-bokrevolusjon” av Peder Ottosen og Geir Ramnefell.
Dagbladet
- 02.01.2012 “En ønsket fiasko” av Vidar Kvalshaug. *Aftenposten*
- 03.01.2012 “Eierskapslov kan tøyde de store forlagene” av Arve Henriksen.
Aftenposten
- 03.01.2012 “Godt nytt e-bokår, Huitfeldt!” av Mads Nygaard. *Dagbladet*
- 04.01.2012 “Ebok – en ønsket bok” av Elisabeth Steen og Tine Kjær. *Aftenposten*
- 04.01.2012 “For mye boksky” av Anne Oterholm. *Dagbladet*
- 04.01.2012 “Huitfeldts e-bokrevolusjon” av Geir Ramnefjell. *Dagbladet*
- 04.01.2012 “Usikkerheten består” av Mode Steinkjer. *Dagsavisen*
- 05.01.2012 “Varsler slutten for mektige forlag” av Kaja Korsvold. *Aftenposten*
- 05.01.2012 “Forlag i fosterstilling” av Herodes Falsk. *Aftenposten*
- 05.01.2012 “Debutantskjebnene er et bransjeproblem” av Jørgen Moltubak.
Dagbladet
- 06.01.2012 “Deprimerende tøv om e-bøker” av Bjarne Buset. *Aftenposten*
- 06.01.2012 “Boklov og e-bøker” av Ivar Tronsmo. *Dagbladet*
- 06.01.2012 “Kraftig e-bok-vekst”. Notis. *Dag og Tid*
- 06.01.2012 “Gratis e-bøker skaper sinne”. Notis. *Dag og Tid*
- 07.01.2012 “Fremtidens bokbransje” av Julie E. Brannfjell. *Bergens Tidende*
- 07.01.2012 “Drømmen om en e-bok” av Dag Eivind Undheim Larsen og Sandra Lillebø. *Klassekampen*
- 07.01.2012 “E-lendigheten” av Torgrim Eggen. *Dagens Næringsliv*.
- 09.01.2012 “– Bokbransjen er SKADET” av Peder Ottosen. *Dagbladet*
- 09.01.2012 “Best på barn” av Marie L. Kleive. *Dagbladet*
- 11.01.2012 “Lovforslag skaper nettkrig” av Inga Semmingsen. *Dagsavisen*
- 11.01.2012 “Stor vekst for norske e-bøker” av Inga Semmingsen. *Dagsavisen*
- 12.01.2012 “Gi oss tid” av Kari J. Spjeldnæs. *Dagens Næringsliv*

6–12.01.2012 “En betenkning om bokbransjen” av Håkon Gundersen. *Morgenbladet*

13.01.2012 “Zlatan lokkar unge til biblioteka”. Notis. *Dag og Tid*

13.01.2012 “Bedre salg enn ventet” av Sandra Lillebø. *Klassekampen*

19.01.2012 “E-bokmyter” av Anne-Britt Gran. *Aftenposten*

19.01.2012 “Tilgjengelighet er løsning” av Jørgen Lorentzen. *Dagbladet*

21.01.2012 “Apple revolusjonerer e-bokmarkedet” av Per Kristian Bjørkeng. *Aftenposten*

21.01.2012 “Snø og randsoner” av Kristine Næss. *Klassekampen*

24.01.2012 “Gratislesning fram til juli” av Olav Østrem. *Klassekampen*

25.01.2012 “Lydbooker i musikkens fotspor” av Per Kristian Bjørkeng. *Aftenposten*

31.01.2012 “Internasjonalen: E-boka”. Notis. *Klassekampen*

01.02.2012 “Amazon-angst i forlagene” av Olav Østrem. *Klassekampen*

01.02.2012 “Allianse” av Akknuratet. *Klassekampen*

02.02.2012 “Tiltrengt nytenking” av Olav Østrem. *Klassekampen*

16.02.2012 “Det som er bra må bevares” av Kristenn Einarsson. *Dagbladet*

16.02.2012 “Kommer med eget lesebrett” av Tom Harald Jenssen. *Dagens Næringsliv*

18.02.2012 “Anbefaler boklov i Norge” av Dag Eivind Undheim Larsen og Astrid Hygen Meyer. *Klassekampen*

20.02.2012 “Huitfeldtst sporvalg” av Geir Ramnefjell. *Dagbladet*

21.02.2012 “Skeptisk til boklov i Norge” av Nordis Tennes og Dag Eivind Undheim Larsen. *Klassekampen*

21.02.2012 “Løgn om netthandel” av Ivar Tronsmo. *Klassekampen*

24.02.2012 “Fjernar e-bøker” av Guri Kulås. *Klassekampen*

28.02.2012 “Eksplisivt digitalboksalg” av Per Kristian Bjørkeng. *Bergens Tidende*

28.02.2012 “Barna løfter salget av digitalbøker” av Per Kristian Bjørkeng. *Aftenposten*

28.02.2012 “Bøker er bra, men spill er bedre” av Catherine Elnan. *Aftenposten*

29.02.2012 “Internasjonalen”. Notis. *Klassekampen*

02.03.2012 “Ønsker faste priser også e-bøker” av Kaja Korsvold. *Aftenposten*

03.03.2012 “Skylder på momsen” av Kaja Korsvold. *Aftenposten*

03.03.2012 “Boikottes av de store norske” av Kaja Korsvold. *Aftenposten*

03.03.2012 “Boklov fra før Internett” av Ivar Tronsmo. *Aftenposten*

06.03.2012 “E-bøker er med” av Håkon Larsen, Helge Rønning og Terje Colbjørnsen. *Aftenposten*

07.03.2012 “Sjølvpublisering bør uroe forlaga” av Dag H. Nestegard. *Dagbladet*

08.03.2012 “Penga eller kulturlivet” av Einar Ibenholt. *Dagens Næringsliv*

02–08.03.2012 “E-bøker kan ikke brennes”. Notis. *Morgenbladet*

02–08.03.2012 “Ny e-bok krig i Sverige”. Notis. *Morgenbladet*

09.03.2012 “E-bøker til flere folkebibliotek” av Trine Andersen. *Klassekampen*

09.03.2012 ”Ei boklov frå hovudstaden” av Georg Arnestad. *Aftenposten*

13.03.2012 “E-boka skyter fart” av Katrine Ree Holmøy. *Klassekampen*

14.03.2012 “En bokbransje med begjær” av Knut Olav Åmås. *Aftenposten*

14.03.2012 “Kan bli ny forfatterleder” av Gerd Elin Stava Sandve. *Dagsavisen*

14.03.2012 “–Bøker er ikke ferskvare” av Nordis Tennes. *Klassekampen*

15.03.2012 “Anekdotisk” av Bjørgulv Braanen. *Klassekampen*

16.03.2012 “Mer konkurranse med fastpris” av Bjarne Buset. *Aftenposten*

19.03.2012 “Boklov eller utvikling?” av Knut Løyland. *Aftenposten*

20.03.2012 “Den første e-boken”. Notis. *Aftenposten*

20.03.2012 “Obligatoriske fastpriser” av Øystein Foros og Hans Jarle Kind. *Aftenposten*

20.03.2012 “Til litteraturens beste?” av Sandra Lillebø. *Klassekampen*

21.03.2012 “Norge bør få sin boklov” av Jan Landro. *Bergens Tidende*

21.03.2012 “Nordmenn vil ha e-bøker” av Inga Semmingsen. *Dagsavisen*

21.03.2012 “Nå kan loven komme” av Sandra Lillebø. *Klassekampen*

21.03.2012 “Tre om boklov” av Sandra Lillebø. *Klassekampen*

22.03.2012 “Biblioteker klare for e-bøker” av Trine Andersen. *Dagsavisen*

23.03.2012 “Klart for norsk e-boskred” av Jan H. Landro. *Bergens Tidende*

27.03.2012 “E-bokutlån skremmer”. Notert. *Klassekampen*

02.04.2012 “Ønsker seg klassikere” av Trine Andersen. *Klassekampen*

10.04.2012 “Prøver seg på e-bokutlån” av Trine Andersen. *Klassekampen*

13.04.2012 “Mer bok for pengene” av Christine B. Meyer og Jostein Skaar. *Aftenposten*

15.04.2012 “Bokas død og oppstandelse” av Nordbø og Mørland. *VG*

16.04.2012 “Ikke grunnlag for boklov” av Tommy Staahl Gabrielsen og Lars Sørgard. *Aftenposten*

17.04.2012 “Tener på faste bokprisar” av Sigmund Løvåsen. *Aftenposten*

17.04.2012 “Grunnlag for boklov” av Trond Andreassen. *Aftenposten*

18.04.2012 “Enige om strømming” av Ingvild Bruaset. *Dagens Næringsliv*

19.04.2012 “Ønsker eierskapsbegrensninger velkommen” av Ingvild Bruaset. *Dagens Næringsliv*

02.05.2012 “Bokhandelens levebrød” av Tor W. Andreassen. *Dagens Næringsliv*

03.05.2012 “Lov for bokhandelen” av Ivar Tronsmo. *Dagens Næringsliv*

04.05.2012 “E-boksalget mangedoblet i Storbritannia”. Notis. *Bergens Tidende*

05.05.2012 “Vi elsker lesebrettene” av Bjarne Buset. *Dagens Næringsliv*

11.05.2012 “India på e-boktoppen” av Hanna Maria Van Zijp. *Dag og Tid*

12.05.2012 “Aschehoug kutter i sakprosa” av Dag Eivind Undheim Larsen. *Klassekampen*

20.05.2012 “Gode bare-e-bøker” av Olaug Nilssen. *Bergens Tidende*

24.05.2012 “Ny avtale om fag-e-bøker” av Katrine Ree Holmøy. *Klassekampen*

26.05.2012 “Gir litt, tar det meste av kaken” av Viar Kvalshaug. *Aftenposten*

01.06.2012 “T for trøbbel, e for e-bok”. Notis. *Morgenbladet*

06.06.2012 “Ark gir opp Bokskya, lanserer app” av Kaja Korsvold. *Aftenposten*

06.06.2012 “Når forfatteren blir forlegger” av Kristin Over-Rein. *Aftenposten*

06.06.2012 “Ny løsning for e-boka” av Dag Eivind Undheim Larsen. *Klassekampen*

07.06.2012 “–Norske forlag har vært for lite ambisiøse”. Notis. *Aftenposten*

15.06.2012 “Vil utrede e-bokmarkedet”. Notis. *Dagbladet*

15.06.2012 “Vil utrede e-boka” av Sandra Lillebø. *Klassekampen*

18.06.2012 “Moms i forfallets tid” av Geir Ramnefjell. *Dagbladet*

18.06.2012: “Se til USA” av Kristenn Einarsson. *Dagens Næringsliv*

18.06.2012 “Mangler rett til e-bøker” av Haakon Flemmen. *Klassekampen*

18.06.2012 “Forleggerne ønsker begrensninger” av Kristenn Einarsson. *Klassekampen*

19.06.2012 “Vil ikke utrede videre” av Katrine Ree Holmøy. *Klassekampen*

21.06.2012 “Zlatan velter e-bokutlån” av Haakon Flemmen. *Klassekampen*

22.06.2012 “Franskmennene held på sitt” av Per Anders Todal. *Dag og Tid*

22.06.2012 “E-boksalget øker i Storbritannia”. Notis. *Morgenbladet*

23.06.2012 “Treg start for e-bok-prosjekter” av Trine Andersen. *Dagsavisen*

06.07.2012 “Satser på e-bok uten forlag” av Inga Semmingsen. *Dagsavisen*

06.07.2012 “E-boken ser deg”. Notis. *Morgenbladet*

06–12.07.2012 “Børs og bibliotek” av Solveig Nygaard Langvad. *Morgenbladet*

13.07.2012 “Slumrende kappløp”. Notis. *Morgenbladet*

17.07.2012 “Sommeroppgang for e-bøker i Norge”. *Bergens Tidende*

20.07.2012 “Bøker”. Notis. *Bergens Tidende*

20.07.2012 “E-bokavtale på plass”. Notis. *Klassekampen*

23.07.2012 “Internasjonalen”. Notis. *Klassekampen*

25.07.2012 “Baklengs og med hodet i sanden” av Espen S. Ore. *Aftenposten*

30.07.2012 “Venter på loven” av Mads Nygaard. *Klassekampen*

04.08.2012 “Spotpris på e-bok” av Katrine Ree Holmøy. *Klassekampen*

07.08.2012 “E-boka overtar for papirboka” av Sandra Lillebø. *Klassekampen*

10.08.2012 “Bryter bokavtalen” av Bjørn Eckblad. *Dagens Næringsliv*

11.08.2012 “Varsel opprydning” av Bjørn Eckblad. *Dagens Næringsliv*

11.08.2012 “E-boksalget doblet”. Notis. *Klassekampen*

12.08.2012 “Aschehoug doblet e-bokutsalget”. Notis. *Aftenposten*

21.08.2012 “Vil ikke lese pensum på skjerm” av Kaja Korsvold. *Aftenposten*

21.08.2012 “Hvor er alle e-bøkene?” av Haakon Flemmen. *Klassekampen*

31.08.2012 “Ungdom no til dags” av Per Anders Todal. *Dag og Tid*

31.08–06.09 2012 “Universitetsbibliotekenes rolle – i dag og i morgen” av Per Pippin Aspaas og Mona Magnussen. *Morgenbladet*

02.09.2012 “Tendensiøs e-bokinformasjon” av Bjarne Buset. *Aftenposten*

14.09.2012 “E-boka så e-en står for erotikk?”. Notis. *Dagsavisen*

22.09.2012 “Tajiks tårn av trøbbel” av Joachim Lund. *Aftenposten*

22.09.2012 “Må skape seg spillerom” av Mode Steinkjer. *Dagsavisen*

23.09.2012 “En digital forfatter. Bokbransjedebatten” av Guri Idsø Viken. *VG*

26.09.2012 “Få bokloven på plass” av Kristenn Einarsson. *Aftenposten*

21.–27.09.2012 “Trenger vi universitetsbiblioteket” av Kai A. Olsen. *Morgenbladet*

28.09–05.10.2012 “Kai A. Olsen og universitetsbiblioteket” av Per Pippin Aspaas. *Morgenbladet*

03.10.2012 “Bokhandelkjede tar opptil 74 prosent av det boken koster” av Kaja Korsvold. *Aftenposten*.

05.10.2012. “Aftenposten og bokbransjen” av Tom Harald Jenssen. *Dagens Næringsliv*.

05.10.2012 “–E-boka til himmels” av Sandra Lillebø. *Klassekampen*

05.10.2012 “Professor vil tøyte bokhandlerne” av Ingrid Kleiva Møller. *Klassekampen*

06.10.2012 “Utfordring for bokloven” av Eirik Hoff Lysholm, Arne Strand og Kaia Storvik. *Dagsavisen*

06.10.2012 “–Små skviser store” av Ingrid Kleiva Møller. *Klassekampen*

07.10.2012 “Vil ikke utrede mer” av Trine Andersen. *Aftenposten*

09.10.2012 “Størrelsen må ikke telle” av Øyvind Hagen. *Aftenposten*

10.10.2012 “Boklov for innovasjon” av Kristenn Einarsson. *Dagens Næringsliv*

10.10.2012 “Vil ta minst et år” av Dag Eivind Undheim Larsen. *Klassekampen*

11.10.2012 “En bransje som ikke vet sitt eget beste” av Jan H. Landro. *Bergens Tidende*

13.10.2012 “Tajik mener bredde er viktigere enn bokpris” av Kaja Korsvold. *Aftenposten*.

13.10.2012 “Viktig boklov-signal” av Mode Steinkjer. *Dagsavisen*

17.10.2012 “E-bokutlån i bakevja”. *Klassekampen*

23.10.2012 “Tajiks juridiske hodepine” av Eldrid Oftestad. *Aftenposten*

23.10.2012 “E-bokutlån på bibliotekene”. Notis. *Aftenposten*

23.10.2012 “Vil forlenge avtalen om e-bokutlån” av Trine Andersen (NTB). *Dagsavisen*

23.10.2012 “Vil forlenge avtalen om e-bokutlån” av Trine Andersen (NTB). *Klassekampen*

24.10.2012 “Ingen felles e-bokordning i sikte” av NTB. *Bergens Tidende*

26.10.2012 “Bokormar og papirtigrar” av Catherine Strøm. *Dag og Tid*

27.10.2012 “Lånekort til fremtiden” av Sven Egil Omdal. *Bergens Tidende*

30.10.2012 “Opplevelsesbiblioteket” av Odd Letnes. *Aftenposten*

30.10.2012 “Bibliotekenes problem” av Sunniva Evjen. *Aftenposten*

03.11.2012 “Sammen i krigen” av Eirin Hurum. *Aftenposten*

08.11.2012 “Utdaterte bokhandler” av Scott Remborg. *Aftenposten*

04.12.2012 “Amazon snuser på Norge” av Haakon Flemmen. *Klassekampen*

15.12.2012 “600 bokhandler forsvant i fjor” av Alf Ove Ask. *Aftenposten*

18.12.2012 “Fire av ti e-bøker er gratis” av Anders Fjellberg. *Dagbladet*

18.10.2012 “Når ikkje e-bokmålet” av Hanna van Ziip. *Klassekampen*

19.12.2012 “Må snakke pris” av Vidar Kvalshaug. *Aftenposten*

19.12.2012 “Foretrekker papir” av Anne-Britt Gran. *Klassekampen*

20.12.2012 “E-bøker” av Bjørgulv Braanen. *Klassekampen*

21.12.2012 “Prøveavtale om e-bokutlån blir ikke forlenget”. *Dagsavisen*

21.12.2012 “Stopp for e-bok på bibliotek” av Trine Andersen. *Klassekampen*

29.12.2012 “E-boka i medvind”. Notis. *Klassekampen*